

Doc. Ref.	POL-13	Versión	1.0
Propietario	Legal & Assurance	Fecha efectiva	Feb-2025



Política de Competencia

Grupo MASORANGE

Elaborado por: Competition Compliance	Revisado por: Comisión de Auditoría y Riesgos	Aprobado por: Consejo de Administración
--	--	--

Lista de Distribución - Documento público.



Control de versiones

Versión	Fecha de aprobación	Cambio respecto a la última versión
1.0	11/02/2025	<i>Versión inicial</i>

Referencia a otros documentos

Código Ético del Grupo MASORANGE



1. Índice

1. Índice	3
2. Objeto	4
3. Sistema de Gestión de <i>Compliance</i> de Competencia (SGCC)	5
4. Ámbito de actuación subjetivo y objetivo	5
5. Directrices Básicas	11
6. Medidas Organizativas: Roles y Responsabilidades	12
7. Medidas de control	13
8. Régimen disciplinario	14
9. Aprobación y entrada en vigor.....	15



2. Objeto

El Consejo de Administración del Grupo MASORANGE declara con esta Política, congruente con los fines de la organización, su firme condena y tolerancia cero con la comisión de cualquier infracción de la normativa de defensa de la competencia, así como con cualquier clase de acto contrario a los principios y valores del Grupo MASORANGE en todos los ámbitos de su actividad empresarial y en su relación con terceras partes, sin que, en ningún caso, su comisión pueda justificarse sobre la base de un beneficio para la organización.

Entre nuestras prioridades se encuentra desarrollar una sólida cultura corporativa de cumplimiento normativo, que permita el desarrollo de una conducta profesional honesta, íntegra y transparente, en la que los principios y valores éticos de la compañía se constituyan como elementos centrales de nuestra actividad y toma de decisiones.

El Grupo MASORANGE basa su actuación en minimizar la exposición de la organización a los riesgos de infracciones de competencia y ello conforme al principio de debido control, asumiendo el cumplimiento de los compromisos descritos en esta Política, soportada por el Sistema de Gestión de *Compliance* de Competencia que cabe resumir en los siguientes elementos:

- ✓ Prohibición de la comisión de infracciones de competencia.
- ✓ Identificación, en el Sistema de Gestión de *Compliance* de Competencia, de las actividades en cuyo ámbito puedan ser cometidas las infracciones de competencia que deben ser prevenidas.
- ✓ Vigilancia, prevención y sanción de infracciones de competencia.
- ✓ El cumplimiento de la Ley y de la normativa interna, tanto por los empleados, consejeros y directivos de la Sociedad como, cuando proceda, por terceros que se relacionen con ella.
- ✓ Establecer el marco general de referencia para el establecimiento, definición, revisión y consecución de los objetivos de *compliance* de competencia que propicie el establecimiento de mecanismos efectivos de control y de comunicación y concienciación de todos los empleados, con el objeto de prevenir la comisión de infracciones de competencia.
- ✓ Cumplir los requisitos del Sistema de Gestión de *Compliance* de Competencia y, en caso de detectar conductas ilícitas, reaccionar adecuadamente y ejecutar las acciones que correspondan, sean estas disciplinarias o, en su caso, ante los Organismos correspondientes.

A los efectos de esta Política se define como “*Compliance* de Competencia”, la prevención de los riesgos derivados de la infracción de las normas que puedan generar responsabilidad en materia de competencia y la contribución a un comportamiento socialmente responsable en el Grupo MASORANGE, para lo que nos hemos dotado de un sistema de control y gestión adecuado en el ámbito de la detección y prevención de riesgos normativos e incumplimientos en materia de competencia.



3. Sistema de Gestión de *Compliance* de Competencia (SGCC)

El Sistema de Gestión de *Compliance* de Competencia (en adelante, el Sistema o “SGCC”) del Grupo MASORANGE define el modelo de organización, prevención, gestión, reacción y control de riesgos en competencia impulsado y aprobado por el Consejo de Administración del Grupo MASORANGE.

En el SGCC se integra el mapa de riesgos de competencia que identifica riesgos y controles asociados a los mismos, así como, en su caso, un manual específico para las sociedades del grupo cuya actividad lo requiera que, junto con los procedimientos y procesos de desarrollo, integran y coordinan el conjunto de actuaciones necesarias para prevenir y combatir la comisión de infracciones de competencia por cualquier empleado del Grupo MASORANGE o sus colaboradores externos.

El objetivo del SGCC es garantizar frente a terceros y, específicamente, ante los Órganos judiciales y administrativos, incluyendo las autoridades regulatorias y de competencia, que el Grupo MASORANGE ejerce el debido control legalmente establecido y que ha adoptado y ejecutado, con eficacia, medidas de vigilancia y control idóneas sobre sus administradores, alta dirección, empleados, socios de negocio, accionistas y demás personas dependientes con el fin de prevenir la comisión de infracciones de competencia. La finalidad de este Sistema también es mantener mecanismos de comunicación y concienciación a todos los empleados, con el objeto de promover una cultura ética empresarial y de absoluto cumplimiento con la legalidad y la normativa de defensa de la competencia.

A los efectos de esta Política y del SGCC serán de aplicación las definiciones dadas por la normativa de competencia, en concreto, en lo que se refiere a la responsabilidad en materia de competencia de las personas jurídicas.

4. *Ámbito de actuación subjetivo y objetivo*

4.1. *Ámbito subjetivo*

La Política de *Compliance* de Competencia se aplica a todas las empresas integradas en el Grupo MASORANGE en cada momento.

La Política de *Compliance* de Competencia es asimismo de aplicación a todos los consejeros, administradores, directivos y empleados de las sociedades integradas en el Grupo MASORANGE en cada momento, que deberán conocerla, aplicarla y cumplirla en todas sus actuaciones.

Las personas que actúen, por cualquier motivo, como representantes de las sociedades del Grupo MASORANGE en sociedades y entidades no pertenecientes al mismo, observarán las previsiones de la presente Política y promoverán, en la medida de lo posible, y dentro del ámbito de sus competencias y responsabilidades, la aplicación de los principios contenidos en la misma en aquellas sociedades y entidades en las que ejerzan su representación.

Los administradores, directivos y empleados a quienes sean de aplicación, adicionalmente, otras normas o políticas específicas, las cumplirán igualmente. El



Grupo MASORANGE establecerá la adecuada coordinación a fin de garantizar la congruencia entre todas las normas que resulten de aplicación.

Todos los destinatarios de esta Política:

- i. Deben ser conscientes de que sus actuaciones en nombre o por cuenta del Grupo MASORANGE, pueden conllevar responsabilidades en materia de competencia para la empresa correspondiente del Grupo MASORANGE, por lo que deben evitar llevar a cabo conductas anticompetitivas.
- ii. Deben actuar y fomentar una actuación coherente con la Política por parte de todos los socios de negocio y/o por aquellos terceros que, de cualquier forma, actúen por cuenta o en nombre del Grupo MASORANGE.

4.2. Ámbito objetivo.

El derecho de la competencia aspira a sostener un modelo de economía de mercado donde la competencia real y efectiva entre las empresas resulte en una asignación lo más eficiente posible de los bienes y servicios, lo que se traduce en precios más bajos, mayor calidad e innovación y, en última instancia, un mayor bienestar social.

El objetivo último de la normativa de competencia es salvaguardar el juego de la competencia, de forma que cada agente económico tome sus decisiones comerciales de forma independiente y las empresas no participen en acuerdos o prácticas que puedan eliminar, distorsionar o restringir la competencia.

Las autoridades de competencia son las entidades públicas encargadas de velar por el respeto de las normas en materia de competencia, disponiendo para ello de facultades de inspección, instrucción y sanción de aquellas conductas que infrinjan esta normativa.

Existen autoridades de ámbito europeo (Comisión Europea) nacional (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, "CNMC") y regional (autoridades de competencia de las comunidades autónomas).

Los jueces y tribunales también pueden aplicar las normas de competencia y, en particular, imponer el pago de indemnizaciones por los daños y perjuicios causados por infracciones de competencia.

A continuación, se describen las conductas reguladas por las normas de competencia de relevancia para el Grupo MASORANGE. Los directivos y empleados del Grupo MASORANGE actuarán de conformidad con la normativa de competencia y aplicarán todos los controles previstos en SGCC, para evitar cometer las infracciones de competencia que se indican a continuación:

a. Acuerdos con competidores:

La normativa de defensa de la competencia no prohíbe genéricamente los acuerdos entre competidores, sino que permite estos acuerdos siempre que no restrinjan el libre juego de la competencia.



Igualmente, aunque tengan efectos restrictivos de la competencia, estos acuerdos también se permiten si (i) generan eficiencias, como mejoras en la producción o distribución de los productos o la promoción del progreso técnico o económico (por ejemplo, cooperación entre competidores para el desarrollo de un proyecto de I+D); (ii) las restricciones derivadas del acuerdo son indispensables para alcanzar las mejoras de eficiencia; (iii) los consumidores se ven directamente beneficiados de dichas mejoras; y (iv) el acuerdo no puede eliminar la competencia en una parte sustancial del mercado en cuestión.

En el ámbito del sector de las telecomunicaciones, un ejemplo de acuerdos entre competidores susceptible de generar eficiencias y ventajas para los consumidores son los acuerdos de uso compartido de infraestructuras de telecomunicaciones móviles (también denominados, acuerdos de uso compartido) en virtud de los cuales los operadores de redes de telecomunicaciones móviles comparten el uso de partes de su infraestructura de red, los costes de explotación y el coste de las mejoras y el mantenimiento posteriores. Estos acuerdos de uso compartido pueden aportar beneficios en términos de reducción de costes y mejora de la calidad y la oferta, pero debe igualmente verificarse su compatibilidad con las normas de competencia antes de su firma.

b. Cártelos:

La normativa de defensa de la competencia prohíbe tanto los acuerdos formales (contratos) como cualquier clase de pacto (formal o informal, escrito u oral) que consista en acordar precios o repartirse mercados y/o clientes con competidores. La noción de acuerdo en derecho de la competencia es muy amplia.

La definición de cártel incluye cualquier acuerdo, tácito o expreso, oral o escrito, en virtud del cual dos o más competidores acuerdan no competir entre sí. Un cártel es un acuerdo o práctica concertada entre dos o más competidores cuyo objetivo consiste en coordinar su comportamiento competitivo en el mercado o influir en los parámetros de la competencia mediante prácticas tales como, entre otras, (i) la fijación o la coordinación de precios (por ejemplo, tarifas de telefonía móvil u otras condiciones comerciales); (ii) la asignación de cuotas de producción o de venta; (iii) el reparto de mercados, clientes, proveedores o territorios, incluidas las colusiones en licitaciones, así como las restricciones de las importaciones o exportaciones; (iv) negarse a ofertar a determinados clientes, a contratar a determinados proveedores o dificultar conjuntamente de otro modo el desarrollo de la actividad en el mercado por un tercero; o (v) intercambiar información sensible entre competidores sobre variables estratégicas, como precios.

c. Intercambio de información comercial sensible con competidores:

El intercambio directo (con el competidor) o indirecto (a través de terceros, por ejemplo, clientes, proveedores, asociaciones, etc.) de información comercial sensible entre competidores puede vulnerar la normativa de competencia. Un



ejemplo de intercambio de información que se ha considerado contrario a las normas de competencia entre operadores de telecomunicaciones tuvo por objeto la posible reducción de las comisiones de sus distribuidores.

d. Asociaciones sectoriales:

Las asociaciones empresariales tienen un papel relevante como foros de discusión e intercambio de opiniones sobre cuestiones importantes de interés común, tales como estándares técnicos o eventuales modificaciones de la normativa aplicable. Éstas no deben servir como escenario para alcanzar acuerdos anticompetitivos, ni para intercambiar información comercial sensible entre competidores.

e. Estadísticas y estudios de mercado:

Las iniciativas conjuntas con competidores de elaboración directa o por medio de consultoras o asociaciones, de estadísticas de mercado o comparativas de indicadores de eficiencia (*benchmarking*) pueden infringir la normativa de competencia si permiten a las empresas identificar datos sensibles de competidores o facilitar una coordinación en el mercado.

f. Alteración de las licitaciones:

Los acuerdos y las prácticas concertadas entre competidores tendentes a alterar el juego de la libre competencia en el contexto de una licitación o concurso (también conocidas como *bid rigging*) están prohibidas por la normativa de competencia. Los ejemplos más comunes de conductas constitutivas de colusión en la contratación pública son: (i) el reparto entre competidores de concursos públicos; (ii) las ofertas de cobertura o de acompañamiento; (iii) rechazar participar en una licitación pública (con motivo de una concertación previa con competidores); o (iv) la rotación de ganadores derivada de una práctica colusoria. En ámbitos cercanos al de las telecomunicaciones, las autoridades de competencia han investigado acuerdos de coordinación de ofertas en el marco de licitaciones relativas a derechos de retransmisión de eventos deportivos.

g. UTEs y subcontrataciones:

En el marco de una licitación, dos o más empresas pueden optar por presentar una oferta conjunta. Un recurso habitual para ello es la constitución de uniones temporales de empresas ("UTEs") y las subcontrataciones.

Si bien estos acuerdos no son anticompetitivos de por sí, pueden ser contrarios a la normativa de competencia cuando la concurrencia en UTE no sea objetivamente necesaria para que las empresas concurren a la licitación o cuando sus efectos restrictivos no se vean compensados por la generación de suficientes eficiencias y ventajas para los clientes.

La subcontratación de empresas competidoras en el marco de licitaciones públicas (especialmente cuando el contrato se divide en lotes) también puede



presentar riesgos desde la perspectiva de la normativa de competencia, en la medida en que se podría utilizar este mecanismo de colaboración como instrumento para alterar el resultado de la licitación, eludir indebidamente las condiciones que debían regir la contratación o repartirse la licitación.

Tanto en las UTEs como en los acuerdos de subcontratación, deben extremarse las precauciones para evitar incurrir en intercambios información sensible entre competidores.

h. Acuerdos verticales:

Las normas de competencia también inciden en los acuerdos con proveedores / distribuidores, que se denominan “acuerdos verticales” a los efectos de la normativa de competencia. Todo acuerdo con proveedores / distribuidores deberá respetar las normas de competencia aplicables a las relaciones verticales. A continuación, se explica de qué manera las normas de competencia inciden en los acuerdos verticales:

- i. El distribuidor debe poder determinar por sí mismo el precio de reventa de los bienes y servicios, sin perjuicio de que el proveedor pueda legítimamente recomendarle o imponerle precios máximos de reventa. Se prohíbe al proveedor fijar a sus distribuidores precios de reventa, así como imponerles precios mínimos de reventa.
- ii. Si se asignan territorios o grupos de clientes a los distribuidores, el proveedor puede designar hasta cinco distribuidores por territorio o grupo de clientes. Además, el proveedor podrá (i) prohibir a los distribuidores que efectúen ventas activas a los territorios / grupos de clientes asignados a otros distribuidores (o al proveedor); y (ii) obligar a los distribuidores a que éstos prohíban a los clientes de los distribuidores efectuar ventas activas en el territorio / grupo de clientes asignados a otros distribuidores.
- iii. Las ventas por los distribuidores a través de los canales *online* se consideran ventas pasivas. Los distribuidores deben poder vender a través de sus páginas *web*. No obstante, en un sistema de distribución selectiva (como la franquicia) el proveedor está legitimado para establecer los criterios que deben reunir las *webs* de sus distribuidores (como también puede hacerlo con sus puntos de venta físicos).
- iv. En un sistema de distribución selectiva (como la franquicia) el proveedor puede imponer a sus distribuidores autorizados que revendan sólo a consumidores finales o a otros miembros de su red.
- v. Las obligaciones de no competencia son las que imponen al distribuidor (i) suministrarse en exclusiva del proveedor; o (ii) comprarle más del 80% de sus necesidades de los productos objeto de suministro. Si el distribuidor opera desde un local arrendado / propiedad del proveedor, entonces éste podrá imponerle una cláusula de no competencia de cualquier duración, mientras el distribuidor opere desde dicho local bajo ciertas condiciones. En los demás casos, estas cláusulas serán compatibles con las normas de competencia siempre y cuando (i) no excedan los cinco años de duración; (ii) no sean



renovables tácitamente más allá de un período de cinco años y (iii) que las cuotas de mercado no alcancen unos determinados umbrales. Si se quiere acordar una duración mayor, deberá verificarse su compatibilidad con las normas de competencia antes de la firma del contrato.

- vi. El proveedor podrá imponer cláusulas de no competencia una vez rescindido el contrato a sus distribuidores, siempre y cuando (i) sea indispensable para proteger el *know-how* secreto transferido al distribuidor; (ii) se limite al punto de venta desde el que el distribuidor ha operado; y (iii) se limite a un período máximo de un año desde la extinción del contrato. Esto será de aplicación cuando las cuotas de mercado no alcanzan determinados umbrales.

i. Abuso de posición de dominio:

La posición de dominio se define como la situación de poder económico en la que se encuentra una empresa y que le permite impedir que haya una competencia efectiva en el mercado de referencia, confiriéndole la posibilidad de comportarse con un grado apreciable de independencia frente a sus competidores, sus clientes y, finalmente, los consumidores. Un operador líder en un mercado con una cuota superior al 40 % podría considerarse dominante.

La normativa de competencia no prohíbe la posición de dominio como tal, sino tan solo determinadas prácticas que supongan abusar de tal posición como, por ejemplo: (i) negativa injustificada de suministro; (ii) exclusividad (en determinadas circunstancias); (iii) descuentos de fidelización; o (iv) pinzamiento de márgenes.

En el ámbito de las telecomunicaciones, se han dado casos de abuso de posición de dominio, por ejemplo, por pinzamiento de márgenes derivado de una política de precios mayoristas de acceso a la red que impedía a los demás operadores la venta a precios competitivos de servicios minoristas de banda ancha de telefonía móvil a clientes residenciales.

j. Actos de competencia desleal en perjuicio de la libre competencia:

La Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal prohíbe todo comportamiento de una empresa realizado en el mercado y con fines concurrenciales, que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe. El artículo 3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia permite a la CNMC y a las autoridades autonómicas de competencia perseguir e imponer multas a las empresas que cometen un acto de competencia desleal que, por falsear la libre competencia, afecte al interés público. Entre las conductas desleales prohibidas se encuentran, por ejemplo: (i) el abuso de la situación de dependencia económica; (ii) la denigración; (iii) el engaño; (iv) la venta a pérdida; (v) la violación de secretos; (vi) la inducción a la infracción contractual; o (vii) la violación de normas.

k. Control de concentraciones:

Las operaciones como fusiones, adquisiciones de empresas y negocios y la



creación de empresas en participación pueden estar sometidas a notificación obligatoria ante las autoridades de competencia. En ese caso, sólo podrán ejecutarse si se cuenta con la aprobación previa de la autoridad. Los riesgos que pueden derivarse del incumplimiento del deber de suspensión incluyen la imposición de multas e incluso la obligación de deshacer la operación (si ésta plantea problemas de competencia y la empresa adquirente no presenta compromisos suficientes para resolver dichos problemas).

I. Ayudas de Estado:

Los artículos 107 y siguientes del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, así como diversos reglamentos europeos y directrices de la Comisión Europea, establecen las condiciones en base a las cuales las Administraciones de los Estados miembros de la Unión Europea (“UE”) pueden conceder una ayuda a una empresa sin tenerla que notificar previamente ante la Comisión Europea. De lo contrario, la Administración deberá recabar la autorización de la Comisión Europea antes de su concesión. El principal riesgo al que se enfrenta una empresa si la Administración omite el deber de notificación ante la Comisión Europea es tener que devolver dicha subvención.

El Reglamento (UE) 2022/2560 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de diciembre de 2022 sobre las subvenciones extranjeras que distorsionan el mercado interior regula la incidencia que las ayudas procedentes de Estados no miembros de la UE pueden tener en la participación en concursos públicos y en operaciones de concentración.

5. Directrices Básicas

El Grupo MASORANGE establece las siguientes directrices básicas en materia de *compliance* de competencia:

- Actuar y exigir que se actúe en todo momento conforme a lo dispuesto en la legislación vigente.
- Difundir el compromiso de la organización con el estricto cumplimiento de la legislación y de la normativa interna, que es la encargada de establecer aquellos valores y principios que inspiran la actuación del Grupo MASORANGE, contenidos principalmente en el Código Ético.
- Promover una cultura de cumplimiento entre toda la organización y sus componentes a través de la difusión y formación de los valores éticos corporativos, las normas de competencia, el cumplimiento normativo y la declaración del principio de tolerancia cero hacia la comisión de cualquier infracción de competencia.
- Evaluación continua de las principales actividades sensibles susceptibles de desarrollarse en el Grupo MASORANGE.
- Promover la implantación, supervisión y mejora continua de las políticas, los procedimientos y los mecanismos de control definidos en el Sistema de Gestión de *Compliance* de Competencia.
- Difundir a todos los miembros de la organización, a través de adecuados programas de comunicación y formación, la importancia que tiene que el



ejercicio de sus actividades y responsabilidades se realice de forma honesta e íntegra con plena observancia a la ley (incluyendo la legislación en materia de competencia) y a la normativa interna.

- Poner a disposición de toda la organización los principios y normas que deben regir su actuación en el Grupo MASORANGE.
- Definir las funciones de los Órganos de Gobierno en relación con el cumplimiento normativo, con el objetivo de que su gestión favorezca el cumplimiento de las normas de competencia, de las directrices y normativa interna relacionada.
- Proporcionar un marco normativo y de cumplimiento con aquellos terceros con los que podamos mantener relaciones de negocio, con el fin de asegurar prácticas íntegras y honestas dentro del marco de la libre competencia.
- Prestar, en calidad de operador de servicios de telecomunicaciones, la colaboración requerida por las autoridades de competencia y las autoridades judiciales.
- Poner a disposición de todos los miembros de la organización, así como a todas las partes con las que estamos vinculadas (empresas, subcontratistas, socios, asesores o intermediarios que actúan en nombre del Grupo MASORANGE) un Canal de Ética, estableciendo el deber de informar de buena fe, cualquier conducta irregular, infracción de competencia, de la que tengan conocimiento o sospecha. El Grupo MASORANGE garantiza, en todo caso, la confidencialidad de la identidad de los denunciados y los denunciantes, así como la ausencia de represalias a los denunciantes de buena fe así y a quienes se negasen a participar en actividades de las que se deriven riesgos de infracciones de competencia.
- Difundir entre todo el personal el régimen disciplinario aplicable, según la normativa laboral y Convenios Colectivos de aplicación, en caso de incumplimiento del SGCC, de la normativa interna y en el supuesto de comisión de hechos o conductas que pudieran ser calificadas como potenciales infracciones de competencia.
- Informar a todos los grupos de interés, de manera regular, oportuna y fiable acerca del cumplimiento de esta Política, así como de su sistema para la identificación, la gestión y el control del riesgo en materia de competencia.
- Reforzar la autoridad e independencia del Comité de Ética y Cumplimiento, como órgano responsable de gestionar los asuntos relacionados con el cumplimiento de los aspectos éticos reflejados en el Código Ético, en aras de garantizar el correcto funcionamiento del SGCC y del resto de normativa interna de aplicación.
- Realizar una verificación periódica de la presente Política y del SGCC implantado y promover su modificación cuando se pongan de manifiesto infracciones relevantes de sus disposiciones o cuando se produzcan cambios en la legislación vigente, en la estructura de control o en la actividad del Grupo MASORANGE que los hagan necesarios.

6. Medidas Organizativas: Roles y Responsabilidades

El compromiso con el cumplimiento normativo y los valores éticos se encuentra integrado en todos los niveles del Grupo MASORANGE, involucrando y siendo transmitido a todos los consejeros, directivos y empleados.

En la presente Política se describen las medidas organizativas en materia de



cumplimiento normativo implementadas en el Grupo MASORANGE, definiéndose los roles de las partes involucradas en el SGCC.

1) Chief Compliance Officer (CCO)

El Consejo de Administración del Grupo MASORANGE, ha designado la responsabilidad del ejercicio de la Función de Cumplimiento al *Chief Compliance Officer*, que dispone de autoridad e independencia.

El *Chief Compliance Officer* contará con el apoyo del área de cumplimiento y del Comité de Ética y Cumplimiento dotados con los recursos materiales y humanos que sean necesarios y suficientes para el ejercicio de sus competencias.

El *Chief Compliance Officer* es el encargado de supervisar y verificar que el ejercicio de la función de cumplimiento se realiza de manera eficaz y eficiente.

Además, es responsabilidad del *Chief Compliance Officer* promover el uso del Canal de Ética.

2) Head of Competition Compliance

El Grupo MASORANGE ha designado dentro del Área de Legal y Aseguramiento la responsabilidad del ejercicio de la Función de Cumplimiento de Competencia al *Head of Competition Compliance*.

El *Head of Competition Compliance* contará con el apoyo del *Chief Compliance Officer*, del área de cumplimiento y del Comité de Ética y Cumplimiento dotados con los recursos materiales y humanos que sean necesarios y suficientes para el ejercicio de sus competencias.

El *Head of Competition Compliance* es el encargado de supervisar y verificar que el ejercicio de la función de cumplimiento del derecho de la competencia se realiza de manera eficaz y eficiente.

Además, es responsabilidad del *Head of Competition Compliance* velar por que la empresa, sus directivos y empleados cumplan con el derecho de la competencia, implantando un Programa de cumplimiento de derecho de la competencia que integre el SGCC y revisando acuerdos estratégicos.

3) El Consejo de Administración y la Alta Dirección

El Consejo de Administración, con el continuo apoyo de la Alta Dirección, asume una labor de liderazgo y compromiso basada en la responsabilidad, transparencia, integridad y observancia, con el fin de reforzar y adoptar aquellas iniciativas que permitan reforzar la cultura organizativa del Grupo MASORANGE, también en lo relativo al SGCC.

4) Obligaciones de todos los empleados del Grupo MASORANGE

Los empleados son responsables de comprender, observar y aplicar los valores y principios del SGCC, proclamados en la presente Política.

7. Medidas de control

El Grupo MASORANGE, en el marco del SGCC, cuenta con distintas medidas



orientadas a la prevención y detección de riesgos de competencia. Este sistema es supervisado periódicamente y está sujeto a la mejora continua, garantizando la definición de objetivos en materia de prevención e incluyendo, en su caso, los objetivos específicos del sistema, la identificación e implantación de las acciones necesarias para lograrlos y la revisión de la eficacia de dichas acciones y objetivos de forma periódica.

1) Control de prevención

Se entienden por controles de prevención todas aquellas normativas y políticas internas del Grupo MASORANGE, de naturaleza general (Código Ético, Política contra la Corrupción, Política de Conflicto de Interés, Plan de formación y concienciación, etc.) o específica (controles diseñados e implementados para la prevención de los riesgos de competencia específicos) que contribuyan a mitigar *ex ante* el riesgo de que se produzcan malas prácticas o incumplimientos normativos de competencia en el desarrollo de la actividad del Grupo MASORANGE.

La prevención de la comisión de infracciones de competencia constituye un elemento fundamental en el SGCC del Grupo MASORANGE, siendo conscientes de la importancia de implantar medidas de prevención a fin de minimizar la exposición a los riesgos de competencia y evitar la materialización de estos.

2) Control de detección

Complementariamente a los controles de prevención implementados en el Grupo MASORANGE, el SGCC cuenta con controles diseñados para la detección *ex post* de incumplimientos de la normativa de competencia, conductas antijurídicas o malas prácticas contrarias a las Políticas, procedimientos o valores del Grupo MASORANGE.

En dicho contexto, el Grupo MASORANGE cuenta con controles de detección de naturaleza general como el Canal de Ética mediante los cuales los empleados y los terceros con interés legítimo pueden comunicar prácticas irregulares.

El SGCC del Grupo MASORANGE se encuentra sujeto a supervisión y mejora continua, realizándose una revisión periódica del mismo de acuerdo con lo establecido en las políticas y procedimientos internos, modificando el mismo en caso de que:

- i. Se produzcan cambios normativos, legales o jurisprudenciales de carácter relevante que afecten al SGCC.
- ii. Se pongan de manifiesto infracciones relevantes de las disposiciones del SGCC.
- iii. Se realicen cambios en la organización, en la estructura de control o en la actividad desarrollada por el Grupo MASORANGE.

8. Régimen disciplinario

El cumplimiento de lo establecido en la presente Política es responsabilidad de todos los consejeros, directivos y empleados del Grupo MASORANGE.

El incumplimiento de la presente Política compromete la reputación e imagen del Grupo MASORANGE por lo que todos los consejeros, directivos y empleados tienen la posibilidad de poner en conocimiento del Comité de Ética y Cumplimiento cualquier



conducta que la contraviniera.

En caso de incumplimiento del SGCC, los empleados del Grupo MASORANGE pueden enfrentarse a medidas disciplinarias, de conformidad con las normas de procedimiento internas y la legislación laboral aplicable.

9. Aprobación y entrada en vigor

Esta Política resulta de aplicación a partir de la fecha de su aprobación por el Consejo de Administración, se publicará en la intranet corporativa y en la página *web* del Grupo MASORANGE y será comunicada a todas las partes con las que estamos vinculadas (empresas, subcontratistas, socios, asesores o intermediarios que actúan en nombre del Grupo MASORANGE).