



**ANTICONFIANZA**

**LEY**

# CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	3
2.	CONDUCTA PROHIBIDA .....	4
3.	SANCIONES.....	9
4.	PROGRAMAS DE LENIENCIA ANTIMONOPOLIO.....	11

# NOTA ORIENTATIVA – LEY ANTIMONOPOLIO

El papel de la ley antimonopolio en una economía abierta y libre es proteger la libre competencia. Su objetivo es, en particular, impedir acuerdos contrarios a la competencia o prácticas concertadas entre empresas que tengan un efecto perjudicial sobre otros competidores o clientes y proveedores de las empresas participantes. Las violaciones de la ley antimonopolio pueden tener graves consecuencias según el derecho civil y dar lugar a graves sanciones según el derecho penal y/o administrativo tanto para la empresa como para las personas involucradas en la conducta.

## 1. INTRODUCCIÓN

El propósito de esta Nota de Orientación es informar a los empleados de Afix Group sobre la base de la **Declaración de Política de Competencia del Grupo** sobre los principios más importantes de la ley antimonopolio. La Nota Orientativa se basa en las leyes europeas de competencia. Sin embargo, también cubre los principios esenciales aplicables en muchas otras jurisdicciones en las que Afix Group está activo. Sin embargo, no se puede excluir que en casos específicos **las leyes nacionales aplicables establezcan reglas más estrictas o diferentes** a las descritas en la Declaración de Política o esta Nota de Orientación. Además, esta Nota de Orientación sólo pretende proporcionar una **orientación inicial**. Nunca podrá sustituir el necesario análisis caso por caso. En caso de duda, también en relación con las leyes nacionales aplicables, se debe contactar al CEO-CFO de Afix Group o al departamento legal.

La prohibición de los cárteles se aplica a una amplia variedad de conductas anticompetitivas. Abarca sindicatos bien organizados y vinculados contractualmente, así como una coordinación vaga y superficial, por ejemplo, meros acuerdos entre caballeros o reuniones de ideas. Es irrelevante para la evaluación jurídica de un cártel si se basa en un acuerdo escrito, oral, formal o informal o en un comportamiento concertado. Basta con que se pretenda restringir la competencia o incluso que la conducta pueda simplemente restringir la competencia.

La celebración de un acuerdo contrario a la competencia constituye por sí misma generalmente un cártel ilegal. Es irrelevante si realmente se ha restringido la competencia, es decir, si el acuerdo se ha aplicado o no.

El argumento frecuentemente utilizado de que los cárteles son una necesidad en tiempos difíciles, en particular en tiempos de crisis, no justifica un acuerdo anticompetitivo. Incluso en tiempos de crisis, están prohibidos los acuerdos que puedan parecer necesarios a juicio de los participantes para combatir la crisis (real o supuesta) (en particular, acuerdos de limitación de la producción, de capacidad, de cuotas de suministro, de precios, etc.).

Sin embargo, los contactos con competidores no son ilegales desde el punto de vista de la legislación antimonopolio. Sin embargo, tales contactos pueden llevar a suponer que se ha cometido un acto ilícito, es decir, que un comportamiento permisible de una empresa (por ejemplo, la aplicación de un aumento unilateral de precios) es más bien el resultado de una coordinación anticompetitiva. Por lo tanto, los requisitos formales establecidos en la Nota de orientación sobre las actividades de las asociaciones comerciales y la conducta con competidores en las reuniones de la asociación deben observarse con respecto a todos los contactos con los competidores, además de las reglas establecidas en esta Nota de orientación.

La distinción entre comportamiento admisible y anticompetitivo a menudo puede resultar difícil. En casos de duda sobre una situación jurídica, incluida la definición de mercado aplicable, la identificación de cuotas de mercado, la existencia de competencia real o potencial (ambas son relevantes), así como la legalidad de las estadísticas, los sistemas de información de mercado o la evaluación comparativa de Afix Group se debe contactar al CEO-CFO o al departamento legal.

## 2. CONDUCTA PROHIBIDA

Hay que distinguir entre conducta anticompetitiva entre competidores ("cárteles") y conducta entre clientes y proveedores.

### 2.1. Restricciones de la competencia entre competidores

Los cárteles están estrictamente prohibidos.

Los acuerdos o prácticas concertadas que se refieran a los siguientes temas normalmente constituirán una violación de las leyes antimonopolio aplicables:

» **Precios e información sobre creación de precios.**

(por ejemplo, precios de lista, precios mínimos, ofertas específicas, también componentes/cálculos/costos de precios individuales, así como elementos transitorios y otros factores de creación de precios, como recargos, descuentos u otros servicios auxiliares)

» **Asignación de mercado**

(por ejemplo, la asignación de mercados regionales (por ejemplo, protección del "mercado interno"), asignación de clientes, definición de cuotas de mercado, coordinación de la fabricación (por ejemplo, especialización, limitación de gamas de productos, definición de la composición de los materiales básicos para la fabricación de productos específicos), limitaciones en materia de importación o exportación, "compra de participación" de competidores (acuerdos para desmantelar plantas o actividades), manipulación de ofertas (coordinación de conducta en licitaciones públicas o privadas), compras conjuntas, marketing/ventas conjuntas, cláusulas de no competencia)

» **Limitación de capacidades**

(por ejemplo, limitación o expansión de la producción, limitación de la saturación del mercado con un producto específico, limitación de los volúmenes de producción o ventas o inversiones futuras)

» **Otros términos y condiciones contractuales relevantes**

(p. ej., condiciones de pago, otorgamiento de créditos, condiciones de entrega o transporte, avales y garantías, servicios postventa)

» **Boicoteos**

(por ejemplo, acuerdos para no tener tratos con clientes o proveedores específicos)

» **Investigación y desarrollo**

(a menos que la situación específica se refiera a una cooperación permitida en materia de investigación y desarrollo; en caso de duda sobre una situación legal, se debe contactar al CEO-CFO deAfix Group o al departamento legal)

» **Cooperación entre competidores** tales como marketing, producción, compraventa o investigación y desarrollo conjuntos sólo están permitidos en circunstancias claramente definidas. Debido al complejo análisis legal caso por caso, la difícil definición del mercado o preguntas sobre cuotas de mercado o reales

o competencia potencial (ambas son relevantes), dichos acuerdos de cooperación deben coordinarse con el CEO-CFO de Afix Group o el departamento legal de antemano.

En ocasiones, los cárteles utilizan las asociaciones comerciales industriales (por ejemplo, para supervisar el cumplimiento de una cuota acordada), como foro para un cártel o para moderar un acuerdo. Del mismo modo, la coordinación del comportamiento futuro del mercado entre los competidores puede ocurrir durante reuniones informales ad hoc, por ejemplo, paralelas a una reunión de una industria o una asociación comercial. La mera participación de competidores en dichas reuniones puede dar lugar a una apariencia de coordinación. En la Nota de orientación sobre actividades de asociaciones comerciales y conducta en reuniones con competidores en reuniones de asociaciones se incluyen reglas de conducta más específicas para estas situaciones.

Los principios descritos en esta Nota de Orientación también son aplicables si un competidor es también cliente o proveedor de un producto específico. No es ilegal por sí mismo abastecerse o suministrar a un competidor. Sin embargo, debido a la relación competitiva existente, estas situaciones deben examinarse muy de cerca. En particular, en tales situaciones hay que limitar claramente cualquier acuerdo o intercambio de información a la relación específica cliente/proveedor. Debe evitarse cualquier acuerdo adicional o intercambio de información. En caso de duda, póngase en contacto con el CEO-CFO de Afix Group.

## 2.2. Intercambio de información

El **intercambio de información competitivamente relevante** (en particular la información especificada en la Sección II.1) está **prohibido** si permite la **coordinación del comportamiento de mercado** de empresas individuales. En este contexto, es irrelevante si el intercambio de información se realiza directamente entre competidores, a través de una institución común (por ejemplo, una asociación comercial) o a través de un tercero, como un instituto de investigación de mercado. Sin embargo, si un cliente o proveedor libremente y por su propia voluntad le proporciona información sobre un competidor (por ejemplo, para intensificar la competencia), claramente puede utilizar esta información. En tales casos, debe documentar claramente su fuente para evitar la apariencia de que la información se recibió directamente de un competidor.

La mera discusión de estos temas entre competidores puede dar lugar a la apariencia de una irregularidad, es decir, que una conducta generalmente admisible de una empresa (por ejemplo, la implementación de un aumento unilateral de precios) sea más bien el resultado de una coordinación anticompetitiva. Debido al riesgo que conlleva de que una autoridad de competencia inicie una investigación oficial, **¡nunca debe hablar con los competidores sobre estos temas!**

Además del intercambio directo de información, los siguientes tipos de intercambio son problemáticos y potencialmente pueden crear la apariencia de una irregularidad. Por lo tanto, en caso de duda, este tipo de conductas han sido evitadas o revisadas previamente por el CEO-CFO del Afix Group:

### » Intercambio de listas de precios

El intercambio directo de listas de precios entre competidores puede crear la apariencia de una coordinación ilegal. En consecuencia, las empresas de Afix Group no pueden enviar sus propias listas de precios directamente a sus competidores. Si una empresa de Afix Group recibe una lista de precios directamente de un competidor, se debe notificar al CEO-CFO de Afix Group.



#### » Señalización

Las señales abiertas o indirectas de una empresa hacia sus competidores para cambiar los precios u otras condiciones del mercado en el futuro ya pueden crear la apariencia de una coordinación ilegal en forma de las llamadas "señales". Según las autoridades de competencia, especialmente en mercados oligopólicos concentrados, incluso un intercambio unilateral de información puede ser suficiente para reducir la incertidumbre sobre el comportamiento futuro del mercado y crear así el riesgo de una restricción de la competencia. Los casos problemáticos típicos se refieren a comunicados de prensa o entrevistas sobre temas relacionados con el negocio, conferencias de prensa sobre declaraciones trimestrales o anuales, llamadas de analistas que cubren anuncios sobre el comportamiento futuro del mercado, en particular aumentos de precios, si estas declaraciones se hacen con la expectativa (discernible) de que los competidores ponerse en fila.

#### » Intercambio de otros datos competitivamente relevantes

(por ejemplo, recepción de pedidos, stock, costos, etc.)

Los siguientes tipos de intercambio de información no son ilegales en sí mismos, pero pueden dar lugar a una apariencia de coordinación ilegal. La legalidad de tal conducta debe analizarse caso por caso. En caso de duda sobre la situación jurídica, debe intervenir el director general y director financiero de Afix Group.

#### » Sistemas de información de mercado/estadísticas/evaluación comparativa

La participación y el uso de tales sistemas son problemáticos si la información intercambiada a través de estos sistemas entre competidores se refiere a datos que normalmente se consideran secretos comerciales de las empresas involucradas, en particular información sobre la utilización de la capacidad, los volúmenes de suministro, las ofertas, los precios, clientes, cuotas de mercado (listas de cuotas de mercado) y si el intercambio se produce rápidamente (1) y si los participantes individuales están identificados o al menos pueden identificarse fácilmente (2). Es indiferente quién organiza y ejecuta el sistema (proveedor externo, asociaciones industriales, etc.). Las autoridades de competencia generalmente consideran que los sistemas de información de mercado son una fuerte indicación de comportamiento coordinado.

#### » Evaluación comparativa

La comparación entre competidores es problemática si permite a los participantes sacar conclusiones sobre los precios u otros parámetros competitivos de las otras empresas participantes.

---

(1) No existe un umbral predeterminado en el que los datos se vuelven históricos, es decir, lo suficientemente antiguos como para no representar riesgos para la competencia. Que los datos sean genuinamente históricos depende de las características específicas del mercado relevante y, en particular, de la frecuencia de las renegociaciones de precios en la industria. Los datos que tienen más de un año suelen considerarse históricos.

(2) Los datos generalmente se consideran "no identificables" si se utilizan de forma agregada o anónima y si es muy difícil sacar conclusiones sobre los datos de empresas individuales. Generalmente se considera que el intercambio es problemático si se cumple uno de los siguientes criterios: (i) número de empresas participantes < 5, (ii) pocas empresas participantes con altas cuotas de mercado, (iii) los datos se desglosan a un alto nivel de detalle según grupos de productos o con un número limitado de transacciones (< 10).

### 2.3. Restricciones de la competencia entre clientes y proveedores.

En muchas jurisdicciones (por ejemplo, la Unión Europea) ciertos tipos de acuerdos entre clientes y proveedores que pueden restringir la competencia están prohibidos o sólo se permiten en circunstancias muy específicas.

En particular, quedan **prohibidos**:

» Acuerdos entre proveedores y sus clientes, mediante los cuales se restringe la libertad del comprador para determinar de forma independiente los precios y otras condiciones de reventa (por ejemplo, precio de reventa y mantenimiento de los términos);

La siguiente conducta es **problemática** y sólo está permitida en condiciones muy específicas:

» Acuerdos por los cuales los clientes están restringidos a un territorio específico para vender los productos adquiridos (restricción de territorios de ventas);

» Obligación del cliente de vender determinados productos sólo a un determinado grupo de clientes (restricción de clientes);

» Acuerdos de exclusividad (por ejemplo, entrega exclusiva a un solo cliente; obligación de los clientes de comprar todos sus requisitos a un solo vendedor) bajo ciertas circunstancias;

» En determinadas condiciones, también las "cláusulas de nación más favorecida" (restricción de la libertad de fijar precios) que, por ejemplo, limitan a los proveedores a fijar sus precios a un tercero de tal manera que al comprador no se le pueden conceder mejores condiciones que las "más favorecidas" cliente "favorecido" (verdadera cláusula más favorecida) o que obligan a un proveedor a otorgar a los clientes anteriores las condiciones más favorables que el fabricante otorga a los compradores posteriores.

En caso de duda sobre una situación legal, se debe contactar al CEO-CFO de Afix Group o al departamento legal.

### 2.4. Abuso de posición dominante

Está prohibido el llamado abuso de posición dominante. Una empresa que haya obtenido legalmente una posición dominante no podrá abusar de esta facultad en perjuicio de competidores, clientes o proveedores. Existe una posición dominante si una empresa es capaz de comportarse en el mercado independientemente de sus competidores y/o clientes. A modo de indicación aproximada, esta situación suele existir si la cuota de mercado de un competidor concreto es superior al 40%. En algunos países, en particular en Bélgica, se puede suponer la existencia de una posición dominante tan pronto como la cuota de mercado sea superior a 1/3. En algunos países, estas restricciones se aplican incluso si una empresa sólo mantiene una posición fuerte, aunque todavía no dominante.

La existencia de una posición dominante depende en particular de la definición del producto y del mercado geográfico de referencia. Esta evaluación es compleja y, en caso de duda, debería realizarse junto con el CEO-CFO de Afix Group.

Generalmente existe una distinción entre los siguientes tipos de abuso de posición dominante en el mercado:

» "Abuso de explotación":

Una empresa que domina el mercado ofrece sus productos o servicios en beneficio propio en condiciones más favorables que las que podría obtener si hubiera competencia leal, por ejemplo, precios inflados.

» "Abuso de obstrucción":

Una empresa que domina el mercado intenta expulsar del mercado a los competidores restantes ("precios predatorios") o disuadir a los competidores potenciales del mercado.

La explotación y el abuso de obstrucción se producen principalmente en las siguientes formas:

» Negativa a negociar (una empresa que domina el mercado puede verse obligada a suministrar a un cliente si este no tiene una fuente alternativa),

» Negativa a comprar a determinados proveedores,

» Discriminación entre diferentes clientes o proveedores,

» Reembolsos por fidelidad (sin embargo, se permiten simples descuentos por volumen),

» Acuerdos vinculantes, acuerdos combinados y "paquetes" (un proveedor que domina el mercado no puede vincular la celebración de contratos a que el cliente compre bienes adicionales que no forman parte del objeto del contrato), en la medida en que estos acuerdos no puedan justificarse objetivamente. .

Si no está seguro de si una empresa de Afix Group tiene una posición dominante en un área de producto en particular, o si uno de sus socios comerciales está abusando de una posición dominante en detrimento de Afix Group, comuníquese con el CEO-CFO de Afix Group.



## 3. SANCIONES

### 3.1. Multas

Las infracciones de los carteles suelen dar lugar a multas muy importantes para las empresas implicadas. En Europa, por ejemplo, las multas pueden ascender hasta el 10% del volumen de negocios total de la empresa en todo el mundo. En particular, las multas impuestas por la Comisión Europea en los últimos años han alcanzado una magnitud que puede poner en grave peligro la existencia futura de una empresa. Además, existe una tendencia entre las autoridades de competencia a aumentar aún más sus multas. Esto se evidencia en los siguientes ejemplos de decisiones de la Comisión Europea de los últimos años:

	millones de euros
<b>Microsoft</b> <sup>(3)</sup> decisión de 24 de marzo de 2004, 12 de julio de 2006 y 27 de febrero de 2008	total de <b>1.677</b>
<b>Cártel de vidrios de automóviles</b> decisión de 12 de noviembre de 2008	total de <b>1.384</b>
<b>Cartel del gas</b> decisión de 8 de julio de 2009	total de <b>1.106</b>
<b>Intel</b> <sup>(3)</sup> decisión de 13 de mayo de 2009	total de <b>1.060</b>
<b>Cartel de ascensores</b> decisión de 27 de febrero de 2007	total de <b>832</b>
<b>Cártel de transporte aéreo</b> decisión de 9 de noviembre de 2010	total de <b>799</b>

---

(3) Multa por abuso de posición dominante.

En otros países también se imponen multas elevadas. Por ejemplo, en junio de 2012 la Comisión de Competencia de la India impuso una multa colectiva de aproximadamente 930 millones de euros a once fabricantes de cemento.<sup>4</sup> Además, el 5 de julio de 2012, la Oficina Federal Alemana de Cárteles impuso una multa colectiva de 124,5 millones de euros a cuatro fabricantes y proveedores de railes por acuerdos contrarios a la competencia en perjuicio de Deutsche Bahn AG.

En algunos países, como Bélgica, las autoridades de competencia también pueden multar a las personas involucradas en el cártel. En algunos casos, estas multas pueden incluso superar el salario anual de las personas implicadas.

### **3.2. Sanciones de derecho penal**

Las violaciones de los carteles también están cubiertas por el derecho penal en varias jurisdicciones. La conducta anticompetitiva también puede calificarse como delito penal "general" contra la propiedad (por ejemplo, fraude o abuso de confianza, etc.). Las consecuencias pueden ir desde multas hasta libertad condicional e incluso sentencias de prisión más largas.

### **3.3. derecho civil**

#### **» Nulidad**

Según la mayoría de las leyes nacionales, los acuerdos que violan la ley son nulos y sin valor; en consecuencia, las partes de tales acuerdos no pueden confiar en ellos ni hacerlos cumplir con éxito. Deben ser conscientes de que en una situación crítica sus socios afirmarían que el acuerdo es nulo y se negarán a [continuar] ejecutándolo.

#### **» Daños**

La participación en acuerdos de cárteles ilegales, así como la realización de prácticas concertadas, pueden dar lugar a reclamaciones por daños y perjuicios por parte de terceros (por ejemplo, por el importe de un sobreprecio si se pagaran precios inflados). Las reclamaciones por daños y perjuicios están ganando importancia. En ocasiones las reclamaciones pueden ser tan elevadas como las multas impuestas por las autoridades de competencia o incluso superarlas.

### **3.4. Consecuencias relacionadas con el empleo**

La participación en una conducta anticompetitiva tendrá consecuencias relacionadas con el empleo tanto para las personas que actúan como para las personas con el deber de supervisión. Tal conducta representa una violación de los deberes del empleado para con su empresa.

Dependiendo de la gravedad de la infracción, las consecuencias pueden ir desde una amonestación hasta el despido o, en el caso de los miembros de la junta directiva o del consejo de administración, hasta la cancelación de su nombramiento. No se excluyen las reclamaciones de reembolso por parte de la empresa contra dichas personas.

---

(4) Apelación pendiente.

## 4. PROGRAMAS DE INDEMNIZACIÓN ANTIMONOPOLIO

Cada vez más, las autoridades antimonopolio están empleando los llamados programas de amnistía (programa de indulgencia/regulaciones de testigos de la corona) para acabar con los cárteles más duros. Estos programas recompensan la cooperación de los participantes individuales en los cárteles en el descubrimiento de violaciones, particularmente si cooperan en la etapa más temprana posible del procedimiento. Estos programas van desde la exención total de una sanción hasta un "descuento", dependiendo del nivel de cooperación y de la etapa del procedimiento en la que se ofrece la cooperación.

La combinación de multas elevadas y la posibilidad de una reducción de la multa en caso de notificación voluntaria de un cártel aumenta el riesgo de que se descubra un acuerdo contrario a la competencia. Prueba de ello es el hecho de que, tras la introducción de los programas de clemencia, la mayoría de los cárteles fueron descubiertos sobre la base de una notificación de uno de los participantes en el cártel.

En consecuencia, se debe informar inmediatamente al CEO-CFO de Afix Group si hay indicios de acuerdos anticompetitivos.



EXPERTO EN SOLUCIONES INTELIGENTES DE ANDAMIO

AFIXGROUP NV  
Groendreef 101, 9880 Aalter – Bélgica

+32 9 381 61 01  
info@afixgroup.com

**AFIX**<sup>®</sup>  
GROUP.COM