



**POLITICA INTERNA Y  
PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO  
EN MATERIA DE DEFENSA DE LA  
COMPETENCIA  
GRUPO CPV**

Fecha de aprobación: 16/10/19

Fecha de entrada en vigor: 30/10/19

## CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>POLÍTICA INTERNA EN MATERIA DE COMPETENCIA.....</b>	<b>5</b>
<b>DIRECTRICES DE APLICACIÓN DE LA POLÍTICA DE COMPETENCIA GRUPO CPV.....</b>	<b>7</b>
1. <i>ACUERDO CON COMPETIDORES (Acuerdos horizontales).....</i>	<i>7</i>
2. <i>ACUERDOS CON CLIENTES (Acuerdos verticales) .....</i>	<i>9</i>
3. <i>POSICIÓN DE DOMINIO .....</i>	<i>10</i>
4. <i>ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y PROFESIONALES .....</i>	<i>11</i>
5. <i>COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA .....</i>	<i>14</i>
6. <i>POLÍTICA DE CONSERVACIÓN DE DOCUMENTOS.....</i>	<i>15</i>
<b>PAUTAS DE EJECUCIÓN Y CULTURA CORPORATIVA .....</b>	<b>16</b>
A. <i>IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA Y EL PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO EN MATERIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.....</i>	<i>16</i>
B. <i>CONCIENCIACIÓN, FORMACIÓN E INFORMACIÓN.....</i>	<i>16</i>
C. <i>VERIFICACIÓN DEL PROGRAMA .....</i>	<i>17</i>
D. <i>INCUMPLIMIENTOS DE LA POLÍTICA DE COMPETENCIA .....</i>	<i>17</i>
E. <i>CONSULTAS SOBRE EL CUMPLIMIENTO DEL PROGRAMA.....</i>	<i>18</i>

## INTRODUCCIÓN

La existencia de una competencia efectiva entre empresas es uno de los elementos básicos de la economía de mercado y constituye uno de los ejes principales de la economía actual.

El Grupo Cementos Portland Valderrivas está comprometido con el respeto a la libre competencia y con el cumplimiento de la legislación aplicable en materia de competencia, en base al cual ha sido elaborado el presente documento.

En Abril de 2018 el Consejo de Administración aprobó un nuevo Código Ético y de Conducta, con la finalidad de promover que las personas vinculadas a cualquier empresa del Grupo, se guíen por pautas de comportamiento de alto nivel de exigencia en el compromiso del cumplimiento de leyes, normativa, procedimientos y principios éticos.

El Código Ético y de Conducta, entre sus principios de actuación incluye el respeto a la protección de la libre competencia y las buenas prácticas de mercado, en los siguientes términos:

*“Observamos las reglas y principios de libre competencia en todos los mercados en los que operamos. Nos comportamos de forma leal y evitando cualquier conducta que constituya o pueda constituir una colusión, abuso o restricción de aquella.*

*El Grupo CPV prohíbe conductas que puedan impedir el desarrollo y el mantenimiento de una competencia efectiva.*

*Evitamos cualquier conducta que pudiera suponer abuso o manipulación de precios.*

*Debes evitar en todo caso*

- *El abuso de poder o de la posición dominante en el mercado.*
- *Las conversaciones y acuerdos con competidores cuyo propósito sea coordinar su comportamiento en el mercado.*
- *Establecer divisiones de mercado o acordar participaciones con competidores.*

- *El fraude en licitaciones, incluyendo también la determinación de las partes a concurrir a las mismas o su exclusión, las condiciones de sus propuestas, la fijación de precios y todo intercambio de información respecto a los términos anteriores realizada en condiciones excluyentes respecto a terceros.*
- *Adicionalmente, se reprueba de manera expresa la utilización de publicidad que pueda inducir a error así como el descrédito infundado de los productos de la competencia y de las empresas que los produzcan.”*

Como desarrollo de ese compromiso se elabora la presente Política, a objeto de desarrollar la normativa interna, promover y asegurar el cumplimiento de las leyes de competencia aplicables en los países en los que opera.

Aspecto que resulta especialmente relevante tomando en consideración las implicaciones que las infracciones en materia de competencia representan. Al respecto, y de forma generalista:

- **Sanciones:** Las compañías que infrinjan las normas de competencia pueden afrontar multas significativas. P.ej., en la U.E. las infracciones muy graves se castigan con multas de hasta el 10 por ciento del volumen de negocios total de la Compañía infractora en el ejercicio inmediatamente anterior al de imposición de la multa. Adicionalmente, la legislación contempla multas de hasta 60.000 euros, en determinados casos, a representantes legales o personal directivo que haya intervenido en el acuerdo o decisión.
- **Riesgo Penal:** Según la mayor parte de las legislaciones, los empleados, la dirección y la propia compañía como persona jurídica, comprometidos en prácticas ilegales, pueden ser sancionados penalmente.
- **Daño a la reputación:** La infracción de las leyes en materia de competencia pueden tener un importante impacto en la imagen y reputación como Compañía.

Por tanto, es necesario que los empleados conozcan y comprendan que toda infracción de las leyes de competencia aplicables puede ocasionar un grave perjuicio para el Grupo, y no debe ser tolerada en modo alguno.

## **POLÍTICA INTERNA EN MATERIA DE COMPETENCIA**

### **Objetivo**

El objetivo de la “Política de Competencia del Grupo CPV” es establecer el marco de actuación de sus empleados para asegurar el cumplimiento de la legislación en materia de defensa de la competencia y promover la práctica de conductas éticas y lícitas, en línea con los estándares de nuestro Código Ético y de Conducta.

### **Ámbito de aplicación**

La presente política es aplicable en todas las sociedades del Grupo CPV y a todos sus empleados, especialmente a aquellos directa o indirectamente vinculados a actividades comerciales y en contacto con clientes, proveedores o competidores, en todas sus actividades y negocios.

### **Cumplimiento**

Todo empleado es responsable de asegurar la no vulneración de ninguna ley de competencia y actuar en base esta Política. En ese sentido, se debe tener en cuenta que:

- Es necesario conocer las conductas anticompetitivas no permitidas.
- Cada país establece sus propias leyes de competencia.
- Las actividades del Grupo pueden tener efectos en más de un país y por ello están sujetas a distinta legislación.

## **Actividades de riesgo**

Las áreas principales de riesgo en relación con la defensa de la competencia son:

- Fijación de precios
- Reuniones en asociaciones sectoriales y de comercio
- División o asignación de mercados
- Restricciones a la producción
- Fusiones y adquisiciones.

Los empleados deberán cumplir con las directrices de la presente Política en relación a las anteriores áreas de riesgo.

## **Apoyo al cumplimiento**

Con el fin de asegurar el cumplimiento en esta materia, los empleados cuentan con unas Pautas de Ejecución recogidas en esta Política, que tienen la finalidad de proporcionar a los empleados unas líneas de actuación detalladas en materia de competencia.

Además, los empleados contarán con el apoyo del Área de Asesoría Jurídica del Grupo sobre asuntos de competencia. Deberán recurrir a su asesoramiento para evaluar cualquier situación que pueda constituir una infracción de la normativa aplicable, dado que esta Política y sus anexos no describen la totalidad de los comportamientos anticompetitivos.

El Grupo CPV proporcionará la formación y comunicación necesaria para mantener el nivel de concienciación a todos los niveles.

## DIRECTRICES DE APLICACIÓN DE LA POLÍTICA DE COMPETENCIA GRUPO CPV

El objetivo del Programa de Cumplimiento en Materia de Defensa de la Competencia es definir, dar una visión global y específica de las reglas de competencia aplicables, si bien no tiene carácter exhaustivo o integral y debe entenderse en el contexto de la legislación local en los diferentes países.

### 1. ACUERDO CON COMPETIDORES (Acuerdos horizontales)

Las leyes de defensa de la competencia prohíben todo acuerdo entre dos o más competidores que tenga por objeto producir o pueda producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia en el mercado. Estos acuerdos pueden ser adoptados de manera formal, verbal o tácita, y estar o no escritos.

Es conveniente resaltar que no todos los acuerdos o pactos entre competidores representan un menoscabo de la libre competencia. Se consideran lícitos aquellos que no limitan la competencia y son económicamente justificables.

La existencia de acuerdos colusorios ilegales, asimilables a los descritos en el primer párrafo, puede ser inferida por las autoridades de competencia a partir de indicios de acuerdo obtenidos de pruebas circunstanciales, que en determinados casos pueden representar prueba de los mismos.

Por ello, y debido a la multitud de circunstancias posibles en un escenario de negocio, además de la aplicación del juicio personal es conveniente:

- **Consultar a Asesoría Jurídica de GCPV antes de realizar cualquier contacto con un competidor que tenga por fin alcanzar un acuerdo, con objeto de verificar su legalidad y obtener el asesoramiento necesario.**

En base a lo anterior, se prohíbe expresamente a través del presente documento cualquier contacto, discusión o acuerdo entre competidores que tenga como objeto:

### ***1.1- Fijación de precios***

Es ilegal y está expresamente prohibido todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva que tenga por objeto producir o pueda producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia en todo o parte del mercado nacional y, en particular, que consista en la fijación, de forma directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales.

Un simple intercambio de información en este ámbito puede provocar presunción de la existencia de un acuerdo comercial colusorio.

Por ello:

- Evite toda discusión con un competidor relacionada con precios o políticas de precios
- No comparta sus estrategias, listas de precios u condiciones de venta con la competencia. No avise a los competidores de incrementos de precios.
- No envíe comunicaciones genéricas de precios a clientes. Cualquier comunicación debe ser individualizada e indicar el nombre y detalles individuales del cliente.
- De por finalizada inmediatamente cualquier conversación con un competidor, en el seno en que se produzca, si este pretende discutir sobre la estrategia de precios.

### ***1.2.- Acuerdos sobre volúmenes de ventas o cuotas (reparto del mercado)***

Se debe eludir cualquier discusión o compromiso relacionado con el volumen de ventas o porcentajes de cuota de mercado a cualquier nivel.

Es obligatorio:

- No establecer acuerdos sobre volumen de ventas o cuotas de mercado.
- No establecer acuerdos con competidores para limitar el suministro de productos o servicios, con el fin de afectar de una u otra forma al mercado.

### ***1.3.- Asignación de territorios o restricciones territoriales***

Está prohibido:

- Establecer compromisos de limitación o abstención de competencia en un mercado geográfico determinado.

### ***1.4.- Asignación o restricción de clientes***

Toda asignación de clientes o de categorías de clientes entre competidores es ilegal. Está prohibido todo acuerdo para vender o abstenerse de vender a un cliente o categoría de clientes.

- No aceptar compromisos de recíprocos sobre limitación de ventas a clientes.
- Cualquier acuerdo relativo a no-competencia debe ser revisado por Asesoría Jurídica.

### ***1.5.- Acuerdos para limitar la producción o capacidad***

Está prohibido todo acuerdo entre competidores para limitar la producción o la capacidad de producción existente.

- No establecer acuerdos con competidores sobre el volumen máximo permitido de producción.

## **2. ACUERDOS CON CLIENTES (Acuerdos verticales)**

Los acuerdos con clientes y proveedores son necesarios y forman parte de la actividad del negocio. No obstante, es necesario que cumplan una serie de principios básicos:

### ***2.1.- Acuerdos sobre precios de venta final***

- No fijar un precio de reventa al cliente/distribuidor
- No vincular el precio de reventa de su cliente/distribuidor al precio de venta de los competidores horizontales.

### ***2.2.- Acuerdos sobre territorios de venta final***

- No obligue a su cliente a distribuir su producto en un territorio determinado.

### ***2.3.- Acuerdos de distribución exclusiva***

- No establezca acuerdos exclusivos en situaciones en las que ambas partes tengan una cuota de mercado superior al 30%.
- Los acuerdos exclusivos a largo plazo para comprar o vender, como norma general, no podrán exceder los 5 años de duración incluidas sus prorrogas.

### ***2.4.- Prácticas discriminatorias***

- Los precios, condiciones, formas de pago deben contar con una justificación económica objetiva (volumen de compra, condiciones contractuales, riesgo comercial...).

## **3. POSICIÓN DE DOMINIO**

### ***3.1.- Posición dominante***

Si una empresa goza de una posición económica suficientemente fuerte que le permite evitar la competencia y actuar independientemente de sus competidores, clientes y consumidores tiene una posición dominante.

La posición de dominio se evalúa teniendo en cuenta la cuota de mercado de la compañía. Cuotas muy elevadas durante un período largo de tiempo pueden ser prueba de una posición dominante.

La posición de dominio es legal en sí misma, sin embargo, las compañías que ocupan una posición dominante deben cumplir reglas que protegen a los competidores, clientes y a la estructura de mercado de una conducta abusiva.

Por ello, si se goza de una posición dominante debe evitarse:

#### Abusos en materia de precios

- Rebajas/descuentos de fidelización. No condicione los descuentos a la compra de la totalidad de las necesidades de un cliente.

#### Obligaciones vinculación

- No condicione la compra de un producto a fin de obtener otro deseado.
- No subordine la compra de productos a la realización de otras prestaciones que no guarden relación con la misma.

#### Negativa de suministro

No se niegue a vender a un cliente, actual o potencial salvo justificación económica objetiva.

#### Barreras de entrada

- No ponga barreras para la entrada de competidores potenciales con prácticas ilegales o engañosas.

## **4. ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y PROFESIONALES**

La pertenencia a asociaciones empresariales y profesionales tiene como objetivo promover objetivos comunes y emprender iniciativas en interés conjunto del sector, entre otros.

Sin embargo, en la medida que implican relación entre competidores o miembros de un mismo sector revisten riesgos legales que son supervisados de manera específica por las autoridades de la competencia.

En consecuencia es especialmente relevante tener en cuenta las siguientes directrices en el contexto de la participación en esos foros:

#### ***4.1.- Afiliación***

La afiliación a cualquier asociación empresarial o sectorial y la correspondiente adhesión a sus estatutos, reglas y actividades deben estar sujetas a revisión por parte de la Asesoría Jurídica del Grupo.

#### ***4.2.- Reuniones***

- Antes de las reuniones debe elaborarse y circularse un orden del día.
- Tras las reuniones es recomendable levantar actas.
- Es obligatorio, en ciertas circunstancias, la firma de acuerdos de confidencialidad asociados a la gestión de información sectorial empleada por dichas asociaciones.
- Es aconsejable la presencia de un abogado en determinados tipos de reuniones.
- No debe ser objeto de discusión en ningún caso:
  - Precios de venta o compra, tendencias de precios, modificaciones y cambios de precios, descuentos...
  - Territorios de venta, clientes o destino final de entrega de los productos.
  - Todo asunto relacionado con la estrategia comercial o de marketing de los miembros de la asociación.

#### ***4.3.- Intercambio de información***

Reviste especial importancia conocer los mecanismos de intercambio de información, aceptados y permitidos en base a normativa en vigor:

- Información comercial sobre la que su vigencia no es determinante, es decir ha transcurrido un periodo de tiempo suficiente.
- Información agregada, de manera que no es posible determinar las magnitudes específicas de un competidor.
- La asociación debe tomar las precauciones necesarias para garantizar la confidencialidad en el intercambio de información y su gestión de forma adecuada e independiente.
- Si existen dudas debe recurrirse a asesoramiento legal en la materia.

En respuesta al desarrollo permanente de las normas de defensa de la competencia a nivel europeo, en 2016 el Grupo CPV adoptó las siguientes políticas y compromisos en sus negocios efectuados en territorio europeo, respecto al intercambio de información y otros aspectos concretos. En consecuencia, son de exigido cumplimiento interno los siguientes principios:

- El intercambio o difusión de información de carácter comercial (i.e: Cifras relativas a ventas, producción, volúmenes de exportación y otros) a través de asociaciones sectoriales o de comercio debe contar con al menos 6 meses de antigüedad. Queda expresamente prohibida la difusión de información comercial de antigüedad inferior, excepto en caso de ser requerida por organismos públicos.
- El intercambio de la información en asociaciones sectoriales o de comercio queda supeditado a su realización a través de terceras partes independientes en base a la existencia de acuerdos de confidencialidad que aseguren su correcto tratamiento. La permanencia del Grupo CPV en dichas asociaciones debe quedar condicionada a la firma de los mencionados acuerdos de confidencialidad por todos los miembros que la forman.
- En el caso de mercados regionales o nacionales, en los que haya 4 o menos competidores, la antigüedad mínima requerida es de un año.
- Las comunicaciones de precios a clientes deben contar, en todos los casos, con los datos de contacto del cliente, detalle de productos a los que es extensivo y

fecha de entrada en vigor del cambio de precios. Quedan prohibidas expresamente las comunicaciones genéricas de cambio de condiciones en precios.

- Se evitará la difusión a través de medios públicos de información sensible a nivel comercial (Políticas comerciales y/o de precios, plan estratégico...), exceptuando las obligaciones de información existentes a nivel financiero, de Cuentas Anuales y de reporte a mercados financieros.
- Los contratos de suministro de escoria quedan internamente condicionados al cumplimiento de las leyes de defensa de la competencia respecto a acuerdos verticales.

## 5. COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA

El uso de palabras o términos inapropiados en las comunicaciones internas y externas puede ser malinterpretado y valorado como un propósito anticompetitivo. Debe aplicarse especial cuidado y atención para evitar malinterpretaciones en la comunicación oral y escrita.

Durante una eventual inspección todos los documentos son confiscables incluyendo, cartas, documentos electrónicos, notas a mano, mensajes, correos electrónicos, agendas, diarios, cuadernos..., los documentos electrónicos pueden recuperarse incluso una vez borrados y los empleados podrían ser interrogados. En consecuencia:

- No use expresiones que puedan tener significado ambiguo especialmente relacionadas con los competidores o el mercado.
- No sugiera que las decisiones de comercialización o niveles de precios han estado basadas en criterios distintos de la estrategia interna de la empresa.
- Indique claramente la fuente de toda información sensible como cuotas de mercado, precios y capacidades de producción (Estadísticas públicas, estimaciones internas...). Está prohibido obtener, conservar o publicar información sensible obtenida mediante conductas no permitidas.

- Escriba con cuidado y claridad los memorandos, cartas, correos electrónicos... asumiendo que todo lo escrito puede ser difundido públicamente.
- Tenga las mismas consideraciones en las conversaciones telefónicas y reuniones presenciales o telemáticas.

## 6. POLÍTICA DE CONSERVACIÓN DE DOCUMENTOS

Los documentos de la compañía incluyen todo registro producido por un empleado en forma impresa o electrónica.

Independientemente de la política de conservación de la documentación que pueda existir en el Grupo CPV en materia fiscal, contable, laboral, societaria, etc... es prudente conservar siempre la documentación exculpatoria que pudiera ser útil en cualquier investigación de competencia.

Es esencial, conservar la documentación relativa a la investigación durante el tiempo que dure o en el que esté pendiente el litigio. Los documentos pueden jugar un papel determinante como prueba exculpatoria, reducción de multas o acuerdos con las autoridades.

Por todo ello:

- Es recomendable mantener durante un mínimo de 4 años la documentación:
  - Que acredite la información suministrada a las asociaciones sectoriales.
  - Cualquier otro tipo de documentación de carácter preventivo.

## **PAUTAS DE EJECUCIÓN Y CULTURA CORPORATIVA**

### **A. IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA Y EL PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO EN MATERIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

La Política se comunicará a todos los empleados afectados directa o indirectamente con actividades comerciales y/o en contacto con clientes y competidores.

### **B. CONCIENCIACIÓN, FORMACIÓN E INFORMACIÓN**

La formación sobre la materia tendrá como finalidad:

- Garantizar la concienciación y comprensión de la legislación de competencia y política interna.
- Trasladar el compromiso del Grupo CPV con el cumplimiento normativo en materia de competencia.
- Asistir a los empleados a comprender la mejor manera de cumplir con sus funciones de conformidad a la política interna y la legislación aplicable.
- Dar ejemplos prácticos, con el fin de ayudar en la comprensión de la mejor manera de comportarse en situaciones cotidianas.
- Asegurar que los empleados tengan conocimiento de las consecuencias de los posibles incumplimientos.

La formación se proporcionará de forma periódica a los empleados seleccionados por su involucración en asuntos sensibles y allá donde sea de aplicación las leyes de competencia.

La Función de Cumplimiento velará por asegurar que los programas de formación anteriores sean suministrados por especialistas jurídicos cualificados.

### **C. VERIFICACIÓN DEL PROGRAMA**

Como parte de la verificación interna de los sistemas de cumplimiento:

- De forma periódica, se podrán ser realizadas acciones de supervisión de los controles diseñados para el cumplimiento de la legislación de competencia y este Programa. Con la finalidad de asegurar la correcta aplicación de los controles y cumplimiento de la legislación aplicable.

### **D. INCUMPLIMIENTOS DE LA POLÍTICA DE COMPETENCIA**

Los incumplimientos de las leyes de competencia tienen importantes consecuencias para el Grupo. En consecuencia, si un empleado contraviene la ley o la Política Interna en materia de competencia podrá ser objeto de sanción disciplinaria en base a un criterio de proporcionalidad, de acuerdo a lo establecido en el Código Ético y de Conducta de GCPV en vigor y de acuerdo a las disposiciones del Estatuto de los Trabajadores, convenios colectivos de aplicación y/o contrato de trabajo del empleado.

Adicionalmente, cualquier empleado tiene la obligación de comunicar los posibles riesgos e incumplimientos en materia de competencia de los que tenga conocimiento. A tal efecto, dispone de los mecanismos definidos por la Función de Cumplimiento de GCPV y el Código Ético.

## E. CONSULTAS SOBRE EL CUMPLIMIENTO DEL PROGRAMA

Cualquier pregunta o aclaración sobre la legalidad de un acuerdo o conducta, la aplicación del Programa o su interpretación se remitirá al Compliance Officer o Comité de Cumplimiento de GCPV.

***Es importante solicitar el asesoramiento de la Asesoría Jurídica del Grupo siempre que tenga dudas o preguntas sobre la legislación en materia de competencia, la política interna en la materia o sus directrices de aplicación, así como en cualquier situación de negocio que genere incertidumbre.***