




CIE Automotive

Política de defensa de la competencia

	POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA	Código:	CIE CO CP PO 15
		Revisión:	01
		Página:	2 de 12

Contenido

1.	Introducción.....	3
1.1.	La normativa de defensa de la competencia:	3
1.2.	Responsabilidad penal de la sociedad, administradores y de sus empleados	4
2.	Prácticas que son anticompetitivas y están prohibidas.....	5
2.1.	Conductas colusorias.	5
a.	¿Qué es una conducta colusoria?	5
b.	¿Qué tipos de concertación pueden existir?	5
c.	¿Se requiere intencionalidad?	5
d.	¿Qué indicios revelan una conducta colusoria?	5
e.	Prohibición de acuerdos horizontales ilícitos	5
f.	Prohibición de intercambio de información estratégica o comercialmente sensible	6
g.	Riesgos de competencia en el ámbito de la contratación pública	6
h.	Prohibición de restricciones verticales de la competencia.....	7
2.2.	Prohibición de abuso de posición de dominio.....	8
a.	¿Qué es la posición de dominio?	8
b.	¿En qué consiste una conducta abusiva de la posición de dominio?	8
2.3.	El falseamiento de la competencia por actos desleales	8
a.	¿Cuándo es desleal una conducta?.....	8
b.	¿Cuándo afecta al interés público?.....	9
2.4.	Infracciones en materia de control de concentraciones	9
3.	Instrucciones básicas de actuación.....	9
3.1.	Pautas para la elaboración y conservación de documentos.....	9
3.2.	Prevención de acuerdos horizontales ilícitos.....	10
3.3.	Comunicación y transparencia.....	11
3.4.	Programa de clemencia	11
4.	Términos y definiciones	11
5.	Aprobación y vigencia.....	12

	POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA	Código:	CIE CO CP PO 15
		Revisión:	01
		Página:	3 de 12

El Consejo de Administración de CIE Automotive, S.A. (en adelante “**CIE Automotive**” o la “**Sociedad**” y el grupo de sociedades del que CIE Automotive es la sociedad dominante¹, el “**Grupo**”), aprueba esta Política de defensa de la competencia, que forma parte de las políticas de gobierno corporativo y cumplimiento normativo y que recoge los principios y directrices que dan soporte a una adecuada gestión de la defensa de la competencia.

1. Introducción

1.1. La normativa de defensa de la competencia:

La normativa de defensa de la competencia trata de prohibir conductas empresariales que sean contrarias a la libre competencia y al interés público. Así, el objetivo último de la normativa de competencia es salvaguardar el juego de la competencia, de forma que cada empresa o grupo tome sus decisiones comerciales y estratégicas de forma independiente, sin llevar a cabo acuerdos o prácticas que puedan eliminar 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 amplias facultades de inspección, investigación y, en última instancia, sanción de aquellas conductas que infrinjan la normativa. Existen autoridades de ámbito europeo y nacional y, en el caso de España, también regional o autonómico.


A nivel europeo, la autoridad competente es la Dirección General de Competencia de la Comisión Europea. Por su parte, en España la autoridad de referencia es la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (“CNMC”), con competencia para actuar en todo el territorio nacional, así como autoridades regionales en el ámbito de varias Comunidades Autónomas. En el caso de Euskadi, actúa la Autoridad Vasca de la Competencia (“AVC”).

Es esencial que todas las personas empleadas de CIE Automotive conozcan muy bien la normativa de defensa de la competencia. Por esta razón se ha preparado este documento con una serie de directrices esenciales que debemos tener en cuenta a diario durante el desempeño de las funciones y actividades profesionales.

Estas directrices son de obligado cumplimiento porque además de que se enmarcan en nuestra cultura y en nuestro Sistema de Gestión de Compliance, están destinadas a evitar las gravísimas consecuencias que pueden tener las eventuales infracciones que se pudieran cometer. Por ejemplo:

- ✓ Sanciones económicas extraordinariamente elevadas, que pueden ascender, en el caso de España, hasta el 10% de la cifra anual de facturación del Grupo.
- ✓ Imposición de prohibiciones o limitaciones para concurrir a la adjudicación de licitaciones públicas. Por ejemplo, en España, tales prohibiciones pueden tener una duración de hasta tres años y afectar potencialmente a la totalidad del sector público español. Asimismo, también es posible que la existencia de una investigación de competencia tenga repercusiones en otros Estados Miembros de la Unión Europea, llevando incluso a la exclusión en contratos licitados en otros países.
- ✓ Obligación de devolver las cantidades percibidas como consecuencia de los acuerdos restrictivos de la competencia.
- ✓ Dedicación de importantes recursos económicos y humanos a los procedimientos administrativos y judiciales derivados de las infracciones, además de importantes gastos para la defensa legal de la Sociedad en estos procedimientos.
- ✓ Grave daño reputacional frente a clientes, proveedores, inversores, administraciones y entidades financieras.

¹ Aquellas en las que titula directa o indirectamente una participación superior al 50% de su capital y/o ha logrado la designación de más de la mitad de los miembros de su órgano de administración.

	POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA	Código:	CIE CO CP PO 15
		Revisión:	01
		Página:	4 de 12

- ✓ Reclamaciones de daños y perjuicios por parte de clientes o competidores que se hayan visto afectados por la infracción. Las reclamaciones de daños pueden llegar a suponer un importe incluso superior al de las sanciones económicas de las autoridades de competencia.
- ✓ Responsabilidad personal de las personas que hayan intervenido en los hechos sancionados (no solo personal directivo, también posibles mandos intermedios). En España, estas multas que pueden alcanzar los 60.000 euros.
- ✓ En determinadas circunstancias, puede implicar incluso responsabilidad penal.

Es necesario señalar además que en los últimos tiempos se han incrementado significativamente los medios a disposición de las autoridades de competencia para la detección y persecución de los llamados cárteles, que consisten en acuerdos entre empresas para reducir o eliminar la competencia de un mercado, habiéndose incrementado las inspecciones y sanciones impuestas. Entre dichos medios están:

- ✓ Los “programas de clemencia”, que conceden a las empresas y a sus empleados (si así lo solicitan) que cooperen con las autoridades de competencia, la exención completa o, cuando menos, una reducción sustancial de la sanción económica que les correspondiera.
- ✓ Investigaciones sectoriales de las autoridades de competencia, incluso sin existir una sospecha en cuanto a la existencia de acuerdos de cártel. Las autoridades de competencia disponen de canales de denuncia externos, a través de los cuales cualquier persona puede poner en conocimiento de la autoridad cualquier indicio de conducta contraria a la normativa de derecho de la competencia. Este canal ha sido el origen de diversas investigaciones por parte de la CNMC.
- ✓ Las autoridades de competencia se han dotado también de unidades y equipos de inteligencia económica que les permite monitorizar la evolución de los mercados y detectar de oficio posibles prácticas anticompetitivas sin necesidad de recibir formalmente una denuncia.
- ✓ Creación de unidades especializadas y bien equipadas a nivel transfronterizo. Hoy en día prácticamente todos los países tienen legislación de defensa de la competencia y combaten a través de sus autoridades las conductas anticompetitivas. Además, las autoridades de los diferentes países tienen relación entre sí, y se informan de las investigaciones que se están llevando a cabo en los diferentes países. En el caso de la Unión Europea, la cooperación y contacto entre las diversas autoridades de competencia se ha visto reforzada a raíz de la adopción de la Directiva europea 2019/1 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2018, encaminada a dotar a las autoridades de competencia de los Estados Miembros de medios para aplicar más eficazmente las normas sobre competencia y garantizar el correcto funcionamiento del mercado interior (también conocida como, “Directiva ECN+”).

1.2. Responsabilidad penal de la sociedad, administradores y de sus empleados

Como se ha señalado anteriormente, en los casos más graves de vulneración de la legislación de defensa de la competencia, tanto las personas físicas como las jurídicas, pueden incurrir no solo en sanciones económicas sino también en responsabilidad penal y ser procesadas y, en su caso, condenadas por ello. Hacemos referencia a los siguientes posibles delitos:

- ✓ Delito de manipulación de las licitaciones de subastas y licitaciones públicas.
- ✓ Delito de alteración de los precios.
- ✓ Delito de cohecho (sobornar a una autoridad o funcionario público mediante la solicitud de una dádiva a cambio de realizar u omitir un acto inherente a su cargo).
- ✓ Delito de corrupción entre particulares, que viene a ser lo mismo que el delito de cohecho, pero en el mundo privado, y sanciona tanto a quien ofrece o concede un beneficio o ventaja para resultar favorecido en la contratación de bienes o servicios como a quien recibe, solicita o acepta un beneficio o ventaja para llevar a cabo ese acto de favorecimiento. Persigue garantizar la existencia de una competencia justa y honesta entre competidores en el mercado.

	<p style="text-align: center;">POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA</p>	Código:	CIE CO CP PO 15
		Revisión:	01
		Página:	5 de 12

- ✓ Delito de corrupción en las transacciones comerciales internacionales, con el que se castiga las conductas de corrupción en las transacciones comerciales a nivel internacional, a fin de evitar que se produzcan conductas de soborno en las relaciones internacionales, de forma que pudiera alterarse la competencia justa y honesta en los negocios internacionales.

Los anteriores delitos pueden conllevar también la imposición de penas a la sociedad correspondiente que pueden llegar incluso a su disolución, clausura de sus oficinas, suspensión y prohibición de realizar actividades.

Por todo lo anterior, es necesario establecer las presentes directrices de obligado cumplimiento, comenzando por señalar las prácticas que están radicalmente prohibidas en CIE Automotive.

2. Prácticas que son anticompetitivas y están prohibidas

2.1. Conductas colusorias

a. ¿Qué es una conducta colusoria?

Acuerdos entre empresas, decisiones, recomendaciones colectivas, o prácticas concertadas o conscientemente paralelas, que produzcan o puedan producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia en todo o parte del mercado nacional.

b. ¿Qué tipos de concertación pueden existir?

Pueden ser pactos expresos o pactos tácitos.

c. ¿Se requiere intencionalidad?

No se requiere que haya intención de restringir la competencia. La ausencia de intencionalidad sólo será tenida en cuenta a efectos de reducir la sanción administrativa, pero es irrelevante a efectos de declarar la infracción por parte de la autoridad de defensa de la competencia o en la indemnización por daños y perjuicios a afectados por la infracción.

d. ¿Qué indicios revelan una conducta colusoria?

La mera participación en reuniones, recepción de correos electrónicos sin haber manifestado oposición expresa a su contenido, meros apuntes a mano y existencia de actas de reuniones (aunque estén sin firmar).

Algunos ejemplos son: la fijación, de forma directa o indirecta, de precios o de otras condiciones comerciales o de servicio; el reparto del mercado, clientes, licitaciones o fuentes de aprovisionamiento; la aplicación, en las relaciones comerciales o de servicio, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes que coloquen a unos competidores en situación desventajosa frente a otros.

e. Prohibición de acuerdos horizontales ilícitos

Están prohibidos los acuerdos en los que los competidores acuerdan entre sí sus ofertas y/o su presencia en el mercado. Por ejemplo, están prohibidos los pactos de precios o de otras condiciones comerciales, los repartos de mercado, los pactos para la reducción o control de la producción, el intercambio de información comercial sensible (precios, cantidades, descuentos, etc.) entre competidores, la manipulación de concursos, etc. Son los llamados “acuerdos horizontales”.

La prohibición no se aplica únicamente a los acuerdos escritos, sino también a los pactos verbales (por ejemplo, llamadas telefónicas), correos electrónicos, confirmaciones sin compromiso,

	<p style="text-align: center;">POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA</p>	Código:	CIE CO CP PO 15
		Revisión:	01
		Página:	6 de 12

“recomendaciones” o a un mero intercambio de información; con independencia de donde se produzcan (en ferias o similares, reuniones de asociaciones empresariales, etc.).

Hay que tener en cuenta para que se considere que ha habido una infracción (y, en consecuencia, para que se pueda aplicar la correspondiente sanción), NO es necesario que los acuerdos restrictivos hayan tenido éxito.

f. Prohibición de intercambio de información estratégica o comercialmente sensible

Constituye información comercialmente sensible toda información estratégica que el Grupo no compartiría habitualmente con un tercero ajeno a la empresa y, en particular, información que pueda permitir al destinatario conocer o anticipar la conducta del Grupo en el mercado. Como regla general, los datos recientes tienen un carácter más sensible que los históricos, y los datos desagregados o detallados son más sensibles que aquellos que se presentan de una forma agregada.

A título de ejemplo, puede constituir información estratégica o comercialmente sensible aquella relativa a:

- Cifras de ventas, datos de costes o márgenes.
- Cuotas de mercado o datos relativos a la capacidad de producción.
- Identidad de clientes o proveedores, tanto reales como potenciales.
- La intención de concurrir a una licitación o prestar ofertas en relación con un contrato determinado.
- Información relativa a los términos y condiciones de una oferta presente o futura a un concurso.
- Previsiones de ofertas futuras, condiciones de demanda o suministro o indicadores financieros.
- Planes de expansión o contratación de negocio, o planes de acceder a nuevos mercados o de retirarse de uno existente.

El intercambio de información comercialmente sensible entre competidores supone en sí mismo una infracción grave de la normativa de la competencia, sin necesidad de que se demuestre que las empresas partícipes en el intercambio han hecho uso efectivo de la misma.

En el supuesto de que un competidor propusiera intercambiar información sensible, es necesario manifestar de forma expresa y clara la negativa a recibir o intercambiar información y comunicar el incidente al Órgano de Compliance a la mayor brevedad.

Debido al riesgo existente es siempre conveniente la máxima precaución en los contactos con competidores. Desde el punto de vista de las autoridades de competencia, estos contactos son siempre sospechosos, salvo que se pueda demostrar una finalidad legítima (p.ej., reuniones de asociaciones, conferencias, donde no se trate información estratégica o comercialmente sensible). La mera existencia de contactos regulares con competidores puede, por lo menos en el contexto de un mercado estable o con pocas variaciones, motivar una investigación de las autoridades de competencia.


g. Riesgos de competencia en el ámbito de la contratación pública

(i) *Acuerdos para el falseamiento de licitaciones públicas:*

La normativa sobre competencia también resulta aplicable en el contexto de las licitaciones públicas. Al efecto, existe un conjunto de prácticas ilícitas cuya finalidad consiste en la alteración y/o manipulación del resultado de los concursos públicos.

Entre otras, cabe destacar las siguientes prácticas:

- Acuerdos con otros licitadores relativos a términos y condiciones de presentación de ofertas, reparto de contratos, directamente o mediante subcontratación, puntualmente o de forma sostenida en el tiempo.

	<p style="text-align: center;">POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA</p>	Código:	CIE CO CP PO 15
		Revisión:	01
		Página:	7 de 12

- Acuerdos con determinados competidores para que no presenten ofertas o éstas sean artificialmente elevadas o no se ajusten a los pliegos que rigen la contratación con el fin de evitar que les sea adjudicado el contrato (“ofertas de acompañamiento o de cobertura”).
- Acuerdos de compensación a las empresas que no hayan sido adjudicatarias de contratos mediante, por ejemplo, la subcontratación para la ejecución total o parcial del contrato.
- Declinación de una invitación a presentar oferta o no concurrir cuando ello responda a un reparto de mercados o clientes. Por ello, se recomienda documentar internamente los motivos económicos o comerciales por los cuales Grupo decide no presentar una oferta a un determinado contrato, especialmente cuando se ha recibido una invitación expresa a participar por parte del cliente.

La CNMC ha identificado como indicios de la existencia de una oferta de acompañamiento o de cobertura, entre otros, los siguientes factores:

- Reducido número de licitadores-
- Ofertas incoherentes de un mismo operador en licitaciones similares.
- Similitudes sospechosas entre ofertas, en particular, la pobreza en contenido y formato, así como idéntica redacción y/o formato.
- Ofertas no competitivas.
- Sospechas de boicot.
- Patrones de comportamiento sospechoso entre empresas licitadoras.
- Subcontratación no justificada entre empresas licitadoras.
- Ofertas presentadas por las mismas personas físicas.

(ii) Subcontratación

La subcontratación de o por competidores en el marco de las licitaciones está sujeta fundamentalmente a dos límites por lo que respecta a la normativa de defensa de la competencia. En primer lugar, tales subcontrataciones no deben consistir en un mecanismo de compensación a empresas competidoras por no haber concurrido a una licitación o haber presentado una oferta sin intención real de competir por la adjudicación del contrato.


En segundo lugar, la información que se intercambie con la competidora subcontratada debe ser la estrictamente necesaria para llevar a cabo la actividad sujeta a subcontratación. Así, como regla general, no se debe solicitar ni recibir información de la empresa subcontratada relativa a otros proyectos presentes o futuros, así como la relativa a proveedores, costes o capacidad productiva.

h. Prohibición de restricciones verticales de la competencia

Los contratos de compra con proveedores y clientes son la esencia del negocio del Grupo y como tales, están, por supuesto, permitidos.

Sin embargo, pueden ser contrarios a la ley los acuerdos que restrinjan la libertad de una de las partes de decidir libremente precios (por ejemplo, precios de reventa a distribuidores) o condiciones comerciales con terceros o de elegir libremente sus socios comerciales (los así llamados “acuerdos o restricciones verticales”).

Cuando estemos ante un acuerdo que pueda contener cláusulas de este tipo, es necesario contactar con el Órgano de Compliance.

	<p style="text-align: center;">POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA</p>	Código:	CIE CO CP PO 15
		Revisión:	01
		Página:	8 de 12

2.2. Prohibición de abuso de posición de dominio

La legislación de defensa de la competencia impone normas de conducta especiales a empresas que tienen una posición de dominio en todo o parte del mercado.

a. ¿Qué es la posición de dominio?

La posición de dominio es aquella en la que se encuentra una empresa cuando en el desarrollo de su estrategia comercial en el mercado puede actuar de manera independiente sin tener en cuenta a empresas competidoras, proveedores o compradores.

En general, no es probable que haya posición dominante si la cuota de mercado de la empresa es inferior al 40 %, si bien puede haber determinados casos por debajo de dicha cuota.

Es importante aclarar que la posición dominante no está prohibida, sólo su abuso. La ley no prohíbe alcanzar una posición de mercado semejante, pero impone a las empresas que tengan una posición de dominio una responsabilidad especial para la protección de la competencia.

b. ¿En qué consiste una conducta abusiva de la posición de dominio?

- La imposición, de forma directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales o de servicios no equitativos.
- La limitación de la producción, la distribución o el desarrollo técnico en perjuicio injustificado de las empresas o de los consumidores.
- La negativa injustificada a satisfacer las demandas de prestación de servicios o de compra de productos.
- La aplicación, en las relaciones comerciales o de servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloque a unos competidores en situación desventajosa frente a otros.
- La subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos de comercio no guarden relación con el objeto de dichos contratos.

Por tanto, están especialmente prohibidos por considerarse abuso de posición de dominio:


- El abuso frente a competidores: excluir a los competidores del mercado, obstaculizarles o impedirles el acceso al mercado.
- El abuso frente a clientes o proveedores: clientes y proveedores son explotados aprovechando la posición de dominio.

En relación con aquellos servicios en los que la Sociedad pudiera no tener competencia o ésta sea poco relevante, es esencial que nos abstengamos de realizar todas aquellas conductas que pudieran considerarse como un abuso de la posición de mercado.

2.3. El falseamiento de la competencia por actos desleales

a. ¿Cuándo es desleal una conducta?

Es desleal todo comportamiento que, realizado en el mercado y con fines concurrenciales, resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe. Esto incluye, por ejemplo: actos de engaño, actos de confusión, prácticas agresivas, actos de denigración, violación de secretos industriales, inducción a la infracción contractual de clientes o trabajadores, explotación de una situación de dependencia económica, entre otros.

	POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA	Código:	CIE CO CP PO 15
		Revisión:	01
		Página:	9 de 12

b. ¿Cuándo afecta al interés público?

Cuando afectan o pueden afectar a la implantación o mantenimiento de la libre competencia en el mercado en cuestión, generando una grave distorsión en la misma.

El falseamiento de la competencia por actos desleales es una conducta prohibida, e igualmente perseguida por las autoridades de competencia, siempre que afecte al interés público.

2.4. **Infracciones en materia de control de concentraciones**

El control de concentraciones es un mecanismo previsto en la legislación en materia de competencia cuya finalidad es verificar si una fusión, adquisición total o parcial o cualquier otra forma de concentración económica entre empresas puede afectar a la competencia existente en un mercado determinado y, en caso afirmativo, imponer las condiciones necesarias para garantizar que se mantiene un grado de competencia efectivo.

Cuando se cumplen unos determinados umbrales establecidos a nivel europeo y/o nacional, la operación en cuestión debe notificarse a la autoridad competente, quedando su ejecutabilidad en suspensión hasta recibir la preceptiva autorización por parte de la autoridad de competencia competente.

En este contexto, el incumplimiento de la obligación de notificar o que, habiendo notificado, se proceda a ejecutar la operación sin haber recibido la autorización de la autoridad de competencia constituye una infracción grave de la normativa y puede dar lugar a multas de hasta el 5% del volumen de negocios total mundial de la empresa infractora.

3. Instrucciones básicas de actuación

3.1. **Pautas para la elaboración y conservación de documentos**

Es importante que conozcamos que las autoridades de competencia, en el marco de sus investigaciones, pueden llevar a cabo inspecciones sorpresa en oficinas y dependencias tanto de la empresa como de los propios empleados con objeto de reunir pruebas.


En el curso de esas inspecciones, las autoridades llegarán a tener acceso a documentos físicos (por ejemplo, hojas sueltas, actas, memos, cuadernos, libros, archivadores, etc.) y a documentos digitales almacenados en ordenadores, dispositivos informáticos, teléfonos móviles y servidores. Entre estos últimos, puede haber, entre otros, mensajes de email, chats de WhatsApp u otras aplicaciones de mensajería, archivos de toda clase de aplicativos, ...etc.

El abanico, y la casuística real son enormes. Pero todos dichos documentos o comunicaciones, incluso cuando tuvieran el carácter de meros “borradores”, “memos” o “documentos de trabajo”, pueden ser utilizados contra la empresa, y también frente a personas físicas de la organización (como directivos), en procedimientos de defensa de la competencia.

Consecuentemente, no sólo es importante ser impecables en nuestras actuaciones sino también que lo cuidemos especialmente de cara a evitar posibles interpretaciones erróneas por parte de las autoridades de la competencia.

Y así, todas las personas en nuestra actividad profesional y/o en el uso de los medios y herramientas de que disponemos, debemos observar las siguientes reglas:

- (a) Regla general: Ponernos en el lugar de que la autoridad de la competencia pudiera leer y ver nuestra documentación oficial y no oficial y nuestras comunicaciones, es decir, que terceras personas, distintas de los destinatarios, pueden acabar leyendo y/o utilizando dichos

	<p style="text-align: center;">POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA</p>	Código:	CIE CO CP PO 15
		Revisión:	01
		Página:	10 de 12

documentos y comunicaciones (lo harán, o podrán hacer, además, en tiempo y fuera de contexto). Ello implica particularmente, a los efectos que pretende esta política:

- Que toda la correspondencia (ordinaria, electrónica o telemática), y todas las comunicaciones de mensajería (convencionales o no), – sobre todo con competidores– debe ser cuidadosamente redactada: sin revelar precios u otra información sensible, sin formulaciones ambiguas y dejando clara cuál es la finalidad que, naturalmente, debe ser lícita.
 - Si por la razón que sea, caen en nuestro poder documentos internos que contengan datos sobre precios, estrategias comerciales, etc. de competidores, debemos asegurarnos que la fuente de conocimiento ha sido lícita y estar formulados de forma clara, evitando expresiones que puedan despertar sospecha de conducta contraria a la competencia (o de cualquier tipo de fraude o actuación ilícita).
- (b) Cuando redactemos documentos contractuales o referidos a reuniones, y se trate de meros borradores o proformas, debemos señalar inequívocamente que se trata de borradores sujetos a revisión y, en su caso, negociación y aprobación.
- (c) Cuando mantengamos comunicaciones profesionales con abogados externos a Grupo o reproduzcamos su asesoramiento, debe indicarse así de forma clara al inicio del documento o comunicación. En el caso concreto de los correos electrónicos se indicará en el asunto la expresión “Confidencial y legalmente privilegiado” o “Confidencial – Comunicación abogado-cliente”. Es importante que sepamos que la salvaguarda del secreto profesional solo es aplicable en las relaciones con abogados (no, por ejemplo, con auditores) y, generalmente, con los abogados externos (no con los abogados internos). No obstante, identifica la comunicación con el abogado interno con las expresiones señaladas anteriormente.

Muy importante: Pudiera pasar que en alguna ocasión seamos receptores de mensajes o correos, con propuestas o sugerencias de prácticas ilícitas. Si esto ocurre, se debe responder con rechazo explícito a las mismas, con contundencia, sin ambigüedades, a la par que se contacta con el Órgano de Compliance a la mayor brevedad posible.

3.2. Prevención de acuerdos horizontales ilícitos

Para la prevención especial de acuerdos horizontales ilícitos, debemos seguir las siguientes recomendaciones e instrucciones básicas:

- (a) Regla de oro: tratar todas las reuniones y conversaciones con competidores, como si tuvieran lugar en público. Es la misma recomendación e instrucción establecida anteriormente con respecto a las comunicaciones y documentos escritos.
- (b) En las relaciones con competidores, debemos evitar facilitar, recibir y/o compartir información, sea verbalmente o por escrito, sobre temas sensibles en materia de competencia como son, especialmente, los precios, costes, márgenes, capacidades de producción, estrategias o pautas ante licitaciones convocadas por administraciones o por empresas privadas, etc.

Evidentemente, no cualquier contacto o relación con competidores queda prohibida por la normativa, solamente los que tengan por objeto o efecto, directo o indirecto, alterar o restringir la competencia. En particular, está permitido, siempre y cuando no tengan el indicado objeto o efecto:

- (a) El intercambio de información sobre temas ajenos a la competencia o la colaboración lícita en el seno de asociaciones comerciales e industriales.
- (b) La cooperación (I+D, comercialización conjunta de servicios), cuando dicha colaboración reporte beneficios para los consumidores (mejoras de precios o calidad, etc.). Sin embargo, los

Emitido y revisado: Comisión de Auditoría y Cumplimiento	Aprobado: Consejo de Administración	Fecha: Febrero 2024
---	--	----------------------------

	<p style="text-align: center;">POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA</p>	Código:	CIE CO CP PO 15
		Revisión:	01
		Página:	11 de 12

acuerdos de esta índole deben cumplir unos requisitos exigentes para ser lícitos. Por tal motivo, es imperiosamente necesario consultar, antes de su realización, con el Órgano de Compliance, a fin de esclarecer su compatibilidad con el derecho de la competencia.

3.3. Comunicación y transparencia

En caso de duda, siempre acudir en busca de asesoramiento previo al Órgano de Compliance, a través del Canal Ético.

- (a) Particularmente, en las relaciones con competidores.
- (b) Si existen dudas sobre si la información que se desea comunicar o se ha revelado es sensible desde el punto de vista de la competencia.
- (c) Si se recibe una comunicación problemática de la competencia, no hay ignorarla: dirígete al Órgano de Compliance para que lo valore y quede constancia del modo en que la empresa ha gestionado la cuestión.

3.4. Programa de clemencia

Aquellas empresas que ponen en conocimiento de la autoridad de la competencia su participación en un cártel pueden beneficiarse de una exención completa de la sanción administrativa (si han sido la primera en comunicar a la autoridad la existencia de ese cártel) o una reducción de hasta la mitad del importe de la multa siempre que su aportación resulte valiosa para la labor instructora de la autoridad.

Asimismo, acogerse al programa de clemencia permite optar a la exoneración de la prohibición de contratar con el sector público. Finalmente, las empresas que se acogen al programa de clemencia también pueden ver limitada su responsabilidad a la hora de hacer frente a eventuales reclamaciones de daños.

Para obtener los beneficios anteriores, el solicitante de clemencia debe proporcionar información detallada del cártel; cesar su participación en el mismo; y cooperar plenamente con la autoridad de la competencia durante su investigación.


No obstante, el programa de clemencia no protege de las restantes consecuencias que derivan de una comisión de una infracción de competencia: reclamaciones privadas de daños (aunque con un grado de responsabilidad limitado), nulidad de acuerdos y/o contratos o daño reputacional. Por ello, resulta fundamental evitar la involucración del Grupo en cualquier práctica anticompetitiva y, en caso de duda o de indicios de infracción, debe contactarse siempre a la mayor brevedad con el Órgano de Compliance.

4. Términos y definiciones

Para los fines de este documento, se aplican los términos y definiciones siguientes:

- Empleados o personas empleadas: Los miembros del Consejo de Administración y todas las personas empleadas y colaboradoras de CIE Automotive, con independencia del tipo de relación o contrato. Se emplea asimismo en esta ocasión el lenguaje genérico, refiriéndose a personas de cualquier sexo.
- Órgano de Compliance: personas que forman parte del departamento de Compliance con responsabilidad y autoridad para la operación del Sistema de Gestión de Compliance.
- Sistema de Gestión de Compliance (SGC): conjunto de elementos de una organización interrelacionados o que interactúan para establecer políticas, objetivos y procesos para lograr esos objetivos.

Emitido y revisado: Comisión de Auditoría y Cumplimiento	Aprobado: Consejo de Administración	Fecha: Febrero 2024
---	--	----------------------------

	<p style="text-align: center;">POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA</p>	Código:	CIE CO CP PO 15
		Revisión:	01
		Página:	12 de 12

- Objetivos de compliance: el desarrollo de la cultura de cumplimiento normativo y de compromisos y cultura de compliance en materia penal, más allá del delito, antisoborno, para el cuidado y protección del medio ambiente y fiscal.
- Cultura de compliance: valores, ética, creencias y conductas que existen en una organización y que interactúan con las estructuras y sistemas de control de la organización para producir normas de comportamiento que conducen al compliance.
- Canal Ético: CIE Automotive tiene habilitado un Canal Ético, disponible a través de la plataforma online accesible desde la página web ([Canal ético - CIE Automotive](#)) o la intranet corporativa, destinado a posibilitar y vehicular la transmisión de información sobre eventuales infracciones legales (en materia de derecho europeo, de tipo penal, administrativas y en materia de seguridad y salud laboral, y posibles infracciones de su Código de Conducta Profesional y de la demás normativa interna integrada en su Sistema de Gestión de Compliance (SGC)).
- Alta Dirección: persona o grupo de personas que dirigen y controlan una organización al más alto nivel.

5. Aprobación y vigencia

La presente política y las directrices que establece han sido aprobadas por el Consejo de Administración, y se encuentran debidamente vigentes. Se comunicarán a la Alta Dirección, a la Comisión de Auditoría y al Órgano de Compliance para que, cada cual en su ámbito, cuiden de su difusión, conocimiento y cumplimiento.