

## POLÍTICA DE COMPETENCIA



## CONTROL DE VERSIONES

| Versión | Fecha      | Autor                            | Aprobación               | Cambios producidos       |
|---------|------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1.0     | 27.03.2020 | Unidad de Cumplimiento Normativo | Órgano de Administración | Versión inicial          |
| 2.0     | 16.12.2022 | Unidad de Cumplimiento Normativo | Órgano de Administración | Revisión y actualización |

## ÍNDICE

|   |   |
|---|---|
| 1. OBJETO.....  | 4 |
| 2. ÁMBITO DE APLICACIÓN.....  | 4 |
| 3. ACUERDOS RESTRICTIVOS DE LA COMPETENCIA .....                          | 4 |
| 4. ABUSO DE POSICIÓN DE DOMINIO.....                                      | 6 |
| 5. PAUTAS GENERALES DE ACTUACIÓN .....                                    | 6 |
| 6. CONTROL PREVIO DE LAS CONCENTRACIONES ECONÓMICAS .....                 | 8 |
| 7. OBLIGACIÓN DE COMUNICAR PRÁCTICAS PROHIBIDAS .....                     | 9 |
| 8. INCUMPLIMIENTO .....   | 9 |
| 9. APROBACIÓN, DIFUSIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA POLÍTICA..... | 9 |

## 1. OBJETO

Una competencia justa, legal y honesta constituye uno de los pilares básicos de Freire Hermanos, S.A.U. (en adelante, "**Freire Hermanos**" o la "**Sociedad**", indistintamente) y así lo hemos reflejado en nuestro Código de Conducta en el que, expresamente, nos comprometimos a respetar a otras empresas competidoras y a las normas reguladoras de la competencia.

La presente Política tiene por objeto garantizar el cumplimiento, por parte de los profesionales de Freire Hermanos, de la normativa de protección y defensa de la competencia en los mercados. Esta Política pasará a formar parte del sistema de gestión de cumplimiento normativo implantado en la organización y será de obligado cumplimiento para las personas a las que se dirige o alcanza.

A los efectos de esta Política, se entenderá por "leyes de defensa de la competencia", cualquier normativa de ámbito local, autonómico, estatal o supranacional que tenga por objeto la defensa de la libre competencia en los mercados, incluida la interpretación que de las citadas normas puedan hacer los órganos judiciales, administrativos o de cualquier otra naturaleza que tengan competencia para ello.

## 2. ÁMBITO DE APLICACIÓN

La presente Política es aplicable a Freire Hermanos, incluyendo administradores, directivos y empleados, al margen de su ubicación geográfica o posición funcional o jerárquica dentro de la Sociedad.

A todos ellos nos referiremos en adelante, conjuntamente, como el "**Personal**".

## 3. ACUERDOS RESTRICTIVOS DE LA COMPETENCIA

Las leyes de defensa de la competencia prohíben, con carácter general, cualquier tipo de acuerdos entre organizaciones que tengan por objeto o puedan producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia en los mercados.

A efectos de la presente Política, y de conformidad con lo dispuesto en la normativa de defensa de la competencia, el término acuerdo tiene un significado muy amplio y no se refiere únicamente a un pacto o acuerdo de carácter formal (escrito o no), sino que incluye todo tipo de decisión, recomendación, práctica concertada o conscientemente paralela entre dos o más empresas ya sean competidoras o no.

Así pues, quedarán terminantemente prohibidas, por ser contrarias a la libre competencia en los mercados, las conductas que se detallan a continuación:

### 3.1 ACUERDO SOBRE PRECIOS Y OTRAS CONDICIONES DE VENTA Y/ O ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

Quedará prohibido a todos los destinatarios de la presente Política la adopción de cualquier acuerdo encaminado a fijar los precios (fijos, mínimos, máximos y de referencia) u otras condiciones comerciales o de servicio.

Debido a que las autoridades en materia de defensa de la competencia pueden considerar la existencia de ese tipo de acuerdos basados incluso en meros indicios, se debe ser especialmente cauteloso en este punto. Un mero intercambio de información sobre precios podría ser constitutivo de una presunción de un acuerdo restrictivo a la competencia.

A fin de que los destinatarios de la presente Política sepan identificar una potencial situación de riesgo, que pueda poner en peligro la competencia honesta y leal de Freire Hermanos, se facilitan una serie de ejemplos que constituyen conductas concretas que deberán evitarse, entre otras:

- Conversaciones en las que se trate de política de precios u otras condiciones de venta con un competidor o un tercero (que no sea cliente o potencial cliente con quien legítimamente se pueda mantener una conversación).
- La participación en foros profesionales tales como ferias, exposiciones, reuniones del sector etc. deberá realizarse con especial cautela absteniéndose de hablar sobre política de precios u otras condiciones de venta (a excepción de clientes o potenciales clientes con quien legítimamente se pueda mantener una conversación).
- Obtención a través de cualquier medio, -presencial, telefónico, correo electrónico- de información sobre precios y otras condiciones de venta de competidores excepto en aquellos casos en los que dicha información se obtenga de fuentes públicas o de los clientes propios de Freire Hermanos. En todo caso, en este supuesto deberá documentarse la legítima procedencia de la información.

Idénticas cautelas se aplicarán a la adquisición de productos, servicios o materias primas por parte de Freire Hermanos. De modo que, quedarán prohibidos los acuerdos que tengan por finalidad la fijación de precios y de otras condiciones en la compra de productos y servicios.

A tal efecto, la organización se compromete a adoptar individualmente todas las decisiones relativas a la adquisición de servicios o materias primas evitando cualquier acuerdo con competidores o terceros sobre precio u otras condiciones en el suministro de esos bienes.

### 3.2 REPARTO DE MERCADO

Quedan prohibidos, por ser restrictivos de la competencia, los acuerdos de reparto de mercado que, generalmente, se traducen en los denominados pactos de no agresión. El reparto de mercado se puede concretar en las siguientes conductas:

- **Reparto del mercado geográfico:** los competidores renuncian recíprocamente a operar en las zonas geográficas reservadas para el resto de los empresarios (ej: empresa A opera en provincias del norte de España, empresario B opera en provincias del sur, empresa C comercializa sus productos o servicios en la zona centro).
- **Reparto del mercado del producto:** los competidores renuncian recíprocamente a comercializar productos reservados para el resto de los empresarios (ej: yo no venderé el producto A a tus clientes y tú no venderás el producto B a los míos).
- **Reparto de clientes:** los competidores renuncian recíprocamente a contactar con los clientes reservados para el resto de los empresarios.

A fin de evitar potenciales riesgos, los profesionales, colaboradores o terceros que representen a Freire Hermanos, no deberán en sus relaciones con los competidores hablar de: (i) cantidades previstas de venta, producción o niveles planificados de capacidad, (ii) las áreas geográficas en las que la empresa y/o el competidor venderán o se espera que no venda o (iii) los clientes a quienes venderá la empresa y/o el competidor, o a los que se espera que no venda.

### 3.3 PARTICIPACIÓN EN ACUERDOS CONJUNTOS PARA LA ADQUISICIÓN DE BIENES O SERVICIOS

En Freire Hermanos, la adquisición de productos, servicios y materias primas se realiza siempre de manera individualizada. Ahora bien, es posible que -en algún momento- pueda adquirir, conjuntamente con otras organizaciones, determinados productos o servicios que necesite para el desarrollo de su actividad (p.ej: grupos o centrales de compra).

En el supuesto de que Freire Hermanos pueda participar de tales acuerdos de compras conjuntas, deberán respetarse las pautas y conductas previstas en el art. 3.1. para los acuerdos sobre precios y

otras condiciones de venta, así como las pautas generales de actuación del apartado 5 de la presente Política.

### 3.4 PARTICIPACIÓN EN SUBASTAS/CONCURSOS PÚBLICOS. PROHIBICIÓN DEL BID RIGGING

La participación de Freire Hermanos en subastas o concursos públicos deben ajustarse igualmente a la normativa de defensa de la competencia. En este sentido, quedan expresamente prohibidas las actuaciones de manipulación fraudulenta de ofertas o *Bid Rigging*. En particular, quedan expresamente prohibidas las siguientes técnicas para realizar las prácticas colusorias:

- **Posturas encubiertas:** acuerdos entre organizaciones para que, aquellos designados para no ganar la licitación, presenten ofertas que no tengan ninguna posibilidad de salir vencedoras.
- **Supresión de propuestas:** consistente en un acuerdo entre competidores en el que se decida la empresa que será la ganadora de la licitación mientras que el resto de empresas se abstendrán de presentar ofertas.
- **Rotación del ganador:** acuerdo entre competidores para coordinarse y ganar por turnos las licitaciones de un determinado órgano de adjudicación, generalmente a través de la utilización de posturas encubiertas.

Con el objetivo de evitar que se puedan materializar este tipo de conductas, los destinatarios de esta Política deberán evitar, en todo momento, realizar alegaciones o comentarios acerca el contenido de una determinada oferta o sobre la decisión de no presentarse una determinada licitación o concurso.

## 4. ABUSO DE POSICIÓN DE DOMINIO

Se entiende que un operador económico ostenta una posición de dominio cuando dispone de un notable poder de mercado de modo que, el desarrollo de su actividad comercial lo puede realizar independientemente sin tener en cuenta ni temer las reacciones de otros operadores (empresas competidoras, proveedoras, compradoras o incluso clientes).

La posición de dominio *per se* no es ilícita, sino que esta estará prohibida cuando con esta posición pretenda obstaculizar la competencia efectiva en el mercado de referencia a través de conductas tales como (i) la imposición de precios y otras condiciones de venta (ii) la limitación de la producción, la distribución o el desarrollo técnico en perjuicio injustificado de las empresas o de los consumidores (iii) la negativa injustificada a satisfacer las demandas de productos o servicios (iv) la aplicación, en las relaciones comerciales o de servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes (v) acuerdos vinculantes (*tying agreements*).

Especial atención merece el llamado *dumping* o prácticas predatorias consistentes en vender un producto por debajo de su valor normal en el mercado, ya que -generalmente- estas prácticas persiguen expulsar a los competidores fuera del mercado, o crear barreras de entrada para los nuevos competidores. Esta venta por debajo de precio de mercado no implica necesariamente que sea por debajo de su coste de producción por lo que, en caso de duda de si la fijación de precios puede ser constitutiva de *dumping* deberá de consultarse necesariamente al Comité de Cumplimiento.

La determinación de si Freire Hermanos puede encontrarse en posición dominante con respecto a un determinado producto, es una cuestión compleja que depende ya no solo del porcentaje de las ventas totales, sino también de otros factores tales como la naturaleza y estructura de cada mercado o el comportamiento de la demanda. Por este motivo, a la hora de negociar dichos productos se deberá ser especialmente cauteloso y extremar el grado de vigilancia debiendo reportar esta situación al Comité de Cumplimiento normativo, con el fin de valorar la situación puntualmente.

## 5. PAUTAS GENERALES DE ACTUACIÓN

Sin perjuicio de algunas de las recomendaciones realizadas en apartados anteriores, en el siguiente epígrafe se establecen una serie de pautas o directrices generales de actuación de obligado cumplimiento para los destinatarios de la presente Política.

### **5.1 ASISTENCIA A REUNIONES, CONGRESOS Y FOROS DEL SECTOR**

La participación de Freire Hermanos o de sus profesionales en foros, ferias, reuniones o asociaciones sectoriales son perfectamente lícitas. No obstante, por regla general, las autoridades encargadas de aplicar las leyes de defensa de la competencia aprecian el contacto con competidores de una manera especialmente crítica. De modo que, los contactos bilaterales con competidores y los contactos rutinarios entre empresas del mismo sector suelen ser apreciados como contactos “especialmente sospechosos” porque aumentan el riesgo de la existencia de acuerdos colusorios, así como de intercambio de información sensible entre competidores.

Por este motivo, los destinatarios de la presente Política que participen en alguna reunión o foro del sector deberán de cumplir siempre las siguientes pautas de comportamiento:

- Solicitar que se remita a los participantes y con antelación suficiente, la agenda de las reuniones.
- Cancelar la participación en una determinada reunión sí, tras comprobar la agenda o cualquier circunstancia concurrente, pueda parecer probable que se traten asuntos sensibles que pueda ser contrarios a las normas de competencia.
- Levantamiento de un acta para cada reunión en el que figure la fecha, el asunto a tratar, los participantes y cualquier otro aspecto que pueda ser de interés a los efectos de la presente Política
- Sí, en el transcurso de la reunión surgiese cualquier materia que pueda suponer algún incumplimiento de las leyes de defensa de la competencia, se expresará claramente esta circunstancia y se solicitará que conste en el acta dicha intervención. En el caso de que la petición no sea atendida, deberá abandonarse la reunión inmediatamente.
- Abstenerse de participar en grupos de *WhatsApp*, redes sociales o similares junto con otros profesionales de las empresas competidoras

### **5.2 INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN**

El intercambio de información entre competidores no está prohibido por ninguna ley, es más, se trata de algo habitual en el marco de las asociaciones empresariales. Pero en algunos casos puede afectar al comportamiento autónomo de las empresas de tal manera que lleve a la coordinación de sus estrategias comerciales.

Por este motivo, aquella información que ponga o permita poner al descubierto la conducta que las empresas van a seguir en el mercado, puede alterar el funcionamiento normal de éste, por lo que debe evitarse la comunicación entre competidores de datos sobre precios, descuentos, costes, condiciones de venta o inversiones, entre otros aspectos.

Los destinatarios de esta Política se comprometen expresamente a no enviar ni recibir información comercial sensible (verbal, escrita, telemática, telefónica o cualquier otra vía) entre competidores, a excepción de aquella que se encuentra a disposición del mercado a través de fuentes públicas o de clientes propios de Freire Hermanos.

### **5.3 UTILIZACIÓN DE INTERMEDIARIOS**

Queda terminantemente prohibida la utilización, ya sea expresa o tácita, de un tercero ajeno o no a la organización para realizar las conductas prohibidas en la presente Política, tales como consultores, abogados o asociaciones profesionales, entre otros.

#### 5.4 CONSULTAS AL COMITÉ DE CUMPLIMIENTO

En sus relaciones con clientes, proveedores y distribuidores, los destinatarios de la presente Política deberán consultar con el Comité de Cumplimiento antes de la realización de cualquiera de las siguientes acciones:

- Exigir que un cliente/distribuidor se adhiera a precios mínimos o fijos de venta o márgenes de ganancia; se exige de consulta previa al Comité de Cumplimiento las recomendaciones de precios y la fijación de precios máximos siempre que no sea un modo encubierto de establecer precios fijos.
- Acordar con un cliente o proveedor no comprar o vender a terceros, sean competidores o no.
- Negarse a comerciar, sin causa justificada, con un cliente o proveedor.
- Aplicar, sin causa justificada, distintos precios a clientes o proveedores equivalentes.
- Fijación de precios muy bajos o notablemente elevados.
- Amenazar con interrumpir la compra a un proveedor porque éste suministra a uno o más de nuestros competidores.
- En general cuando se presente cualquier duda acerca de la legalidad de sus actos o de la presente Política.

#### 5.5 FORMACIÓN

Aquellos empleados que, de alguna manera, intermedien, negocien o actúen en nombre de Freire Hermanos en operaciones de venta o de adquisición de bienes y servicios, así como cualquier otro empleado o colaborador cercano que puedan estar expuestos a riesgos en esta materia, recibirán actividades de formación a cargo de la empresa y/o de terceros relacionadas con el cumplimiento de la normativa de defensa de la competencia.

Asimismo, se organizarán sesiones formativas e informativas cuando se produzcan situaciones *ad hoc* que supongan una modificación de las circunstancias (cambios sustanciales en el mercado, modificaciones relevantes en la normativa de aplicación, etc.).

#### 6. CONTROL PREVIO DE LAS CONCENTRACIONES ECONÓMICAS

A los efectos de la presente Política, se entenderá por concentración económica todo cambio estable del control de la totalidad o parte de una o varias empresas. A modo de ejemplo, tendrá la consideración de concentración de empresas, entre otras, las siguientes:

- La fusión entre empresas.
- La creación de una empresa en participación (*Joint Venture*).
- La venta de acciones de dos sociedades que comporte la toma de control de la nueva sociedad.
- El intercambio de consejeros en los órganos de administración.

Las concentraciones económicas *per se* no están prohibidas, si bien cuando una operación de este tipo supera ciertos umbrales de "relevancia" para el mercado puede ser necesaria una autorización previa por parte de las autoridades de competencia, siendo preceptiva entonces la previa notificación de esa concentración a las autoridades competentes.

Así pues, cuando cualquier profesional de Freire Hermanos esté considerando realizar una operación de este tipo debe asegurarse de haber valorado adecuadamente la necesidad de cumplir con las medidas de control y/o autorización previa establecidas en la normativa de defensa de la competencia. Cuando existan dudas acerca de si una determinada concentración es contraria a la libre competencia, se deberá efectuar la oportuna consulta al Comité de Cumplimiento.

## **7. OBLIGACIÓN DE COMUNICAR PRÁCTICAS PROHIBIDAS**

Todos los profesionales de Freire Hermanos, así como sus colaboradores o terceros que actúen en su nombre y representación, tienen la obligación de reportar cualquier conducta contraria a esta Política y, en general, cualquier comportamiento que pueda ser constitutivo de una práctica contraria a las leyes de defensa de la competencia. Estos hechos pueden reportarse a través de cualquiera de los medios establecidos a tal efecto en la Política del Canal de Denuncias, si bien en aras a una mayor seguridad y confidencialidad de la información se recomienda hacerlo a través de la plataforma creada para este fin: <https://www.whistlerisk.com/megasa/canal-etico>

Tanto Freire Hermanos como, en su caso, el tercero encargado de la gestión y tramitación de las denuncias de acuerdo con lo dispuesto en el Código de Conducta, garantizan la total confidencialidad así que nadie sufra ningún tratamiento perjudicial o represalias de ningún tipo por revelar un acto de que considere que es contrario a las normas de defensa de la competencia, aunque, finalmente, esa información llegue a archivarse porque la organización no la considere constitutiva de infracción alguna.

En el caso de que se considere que los hechos reportados puedan suponer una conducta contraria a las normas de defensa de la competencia, a esta Política o al Código de conducta de Freire Hermanos, aquellos serán debidamente investigados, documentados y analizados cuidadosamente por los órganos competentes de la organización.

## **8. INCUMPLIMIENTO**

El incumplimiento de los principios y valores contenidos en la presente Política podrá implicar la aplicación de las oportunas medidas sancionadoras, todo ello sin perjuicio de las medidas que se pudieran derivar de la legislación aplicable en cada momento.

## **9. APROBACIÓN, DIFUSIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA POLÍTICA**

La presente Política de Competencia, ha sido aprobada por el órgano de administración del grupo empresarial al que la Sociedad pertenece.

Corresponderá a las filiales y unidades de negocio garantizar la adecuada difusión, implementación y seguimiento del contenido de la presente Política en el seno de cada una de ellas.

\*\*\*