



Manual de cumplimiento normativo en defensa de la competencia

+ Guías de Conducta Asociadas

Mensaje inicial

La copia de este Manual de Cumplimiento Normativo en Defensa de la Competencia de ANFAC es el resultado de una labor de actualización y puesta al día del manual de compliance que ANFAC elaboró y puso en práctica hace más de una década. El objetivo sigue siendo el mismo; aquilatar los valores éticos de ANFAC y ratificar la firme voluntad de nuestra asociación, y de las marcas asociadas que la integran, de mantener en todo momento una conducta respetuosa con las normas de defensa de la competencia.

En esos diez años las cosas han cambiado mucho. Aunque ciertamente vivimos tiempos de incertidumbre, éste es probablemente el momento más interesante de la historia del mundo del automóvil. El futuro va a ser diferente, y desde ANFAC ayudamos a nuestras empresas asociadas a prepararse para este futuro y a cumplir los requisitos legales que exige el entorno regulatorio en el que opera nuestro sector, cada vez más exigente y complejo.

En ese contexto, resulta fundamental que ANFAC actúe siempre guiada por un respeto escrupuloso de las normas de defensa de la competencia. Aunque las sanciones pueden ser extraordinariamente gravosas, es la reputación de nuestra asociación, y de las marcas a las que representamos, la que está en juego en todas y cada una de las decisiones que adoptamos cada día; una reputación que se vería seriamente dañada por cualquier infracción o dudas acerca de nuestro compromiso con las normas antitrust.

El objetivo último de este Manual es identificar los riesgos de competencia a los que, en nuestro día a día, se enfrenta ANFAC y nuestras marcas asociadas; marcar directrices claras y establecer protocolos de actuación sencillos con el fin de eliminar, o cuando menos reducir, el riesgo de que se produzcan conductas ilegales.

ANFAC y sus asociados tienen el firme compromiso de cumplir y hacer cumplir la legislación antitrust y las directrices que se contienen en este Manual. Esta política de tolerancia cero a las infracciones de las normas de defensa de la competencia forma parte del programa de cumplimiento normativo de ANFAC, que incluye la formación, asesoramiento y evaluación continuada.

Por tanto, a todos se os pide, y de todos se espera, vuestra plena colaboración para que nuestro programa de compliance en materia de competencia siga siendo un verdadero referente en el sector, de forma que podamos trabajar con tranquilidad y confianza dentro de la ley.

1. Introducción

1.1. Objeto del Manual

- Dar a conocer las normas de Derecho de la competencia.
- Facilitar la detección y prevención de situaciones de riesgo de infracción de normas de defensa de la competencia.
- Establecer pautas de actuación.

La Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (ANFAC) es una asociación sin ánimo de lucro que tiene como objeto defender y representar los intereses colectivos del sector de fabricantes de vehículos o derivados de los mismos, así como sus respectivos motores y componentes, actuando siempre, conforme exigen sus Estatutos, con pleno respeto a los principios de libertad de empresa y libre competencia que deben regir las relaciones entre sus asociados.

Las asociaciones empresariales cumplen, por tanto, una función útil, legítima y favorecedora de la competitividad en los mercados y para la sociedad. No obstante, en la medida en que agrupan entre sus miembros a empresas que son competidoras o potenciales competidoras en el mercado, y dado que llevan a cabo actividades de carácter económico, están obligadas a cumplir lo dispuesto en la legislación sobre defensa de la competencia, de la misma forma que las empresas.

El hecho de que las entidades asociadas se reúnan lícitamente *en el seno* de esta Asociación nos hace especialmente responsables de velar por el cumplimiento de estos principios en todas las actuaciones, discusiones, decisiones, propuestas y medidas que se lleven a cabo dentro de ANFAC o con la intervención de ANFAC. Todos cuantos trabajamos y desarrollamos nuestra actividad en ANFAC debemos colaborar activamente para evitar situaciones de riesgo que puedan comprometer la responsabilidad de esta Asociación o de sus asociados.

Debe saberse que la imputación de infracciones del Derecho de la competencia no requiere demostrar culpa o mala fe en la comisión de una práctica ilícita y que, por supuesto, la ignorancia de las normas de competencia no excusa de su cumplimiento.

La infracción de estas normas en el seno de una asociación puede tener importantes y graves consecuencias. En efecto, una asociación puede ser sancionada con multas de hasta el 10% de la cifra de negocio de cada uno de sus miembros en el mercado relevante afectado por la práctica ilícita. Puede asimismo ser objeto de reclamaciones civiles de daños y perjuicios por las víctimas, todo ello sin perjuicio del importante coste que tiene el enfrentarse a los procedimientos de infracción e investigación tanto en términos económicos como en términos de pérdida sensible de la reputación que la asociación, así como sus miembros pudieran haber alcanzado en el ejercicio de su legítima actividad. En particular, además de estos impactos negativos, en España los responsables de una asociación que hubiera efectuado

conductas anti-competitivas podrían también ser objeto de sanciones económicas a nivel personal. Algunas asociaciones, sancionadas por infracciones de competencia en nuestro país, se han visto incluso obligadas a disolverse al no poder hacer frente a las multas impuestas.

Es, por tanto, esencial conocer cuáles son las normas del Derecho de la competencia y asimismo cuáles son las áreas de actividad que en el seno de ANFAC pueden plantear riesgos desde la perspectiva del Derecho de la competencia; y ello con objeto de ser capaces de detectar y prevenir situaciones en las que puede surgir el riesgo de infracción.

Este Manual responde a esta doble necesidad. Por un lado, establecer unas pautas de actuación que aseguren el escrupuloso respeto de las normas del Derecho de la competencia en todos los ámbitos de actuación de ANFAC y, por otro lado, dotar a la Asociación, a todos sus empleados y asociados de los instrumentos y de los procedimientos que permitan detectar de forma preventiva cualquier situación de riesgo que deba ser analizada y prevenida en el seno de ANFAC.

Para ello, el Manual contiene orientación sobre los aspectos más relevantes del Derecho de la competencia en general y en su aplicación a la actuación de una asociación empresarial, desarrollando en particular los siguientes temas clave:

- Marco normativo de la defensa de la competencia (Apartado 2).
- Actuaciones específicas de ANFAC desde la óptica del Derecho de la competencia (Apartado 3).
- Protocolo de actuación en el seno de ANFAC, responsable de cumplimiento y canal de denuncias (Apartado 4).
- Mapa de riesgos y directrices de ANFAC (Apartado 5).

El Manual incluye, además, tres Guías de Conducta que contienen, respectivamente:

- Consejos prácticos para los empleados y miembros asociados de la ANFAC (Anexo I).
- Instrucciones en el caso de inspección por sorpresa de la Comisión Europea y/o la CNMC (Anexo II)
- Obligaciones de los empleados de ANFAC en relación con la solicitud de información de las entidades y su tratamiento (Anexo III)

Una vez aprobada su adopción por la Junta Directiva, este Manual constituye una norma de obligado cumplimiento para empleados y miembros asociados en sus actuaciones en ANFAC.

Importante: En todo caso este Manual no es un sustituto del asesoramiento legal que deberá buscarse cuando así proceda respecto del análisis de hechos concretos y/o situaciones específicas.

1.2. ¿A quién van destinados este Manual y las Guías de Actuación?

- A todo el personal de ANFAC.
- A todas las empresas asociadas en sus actuaciones en el seno de ANFAC.

El Manual es un instrumento esencial dentro de las normas de funcionamiento de ANFAC para evitar tomar iniciativas en su seno que puedan vulnerar las normas de defensa de la competencia. Tanto el Manual como las Guías de Conducta contenidas en el mismo deben ser respetadas:

- Por todo el *personal de ANFAC*.

ANFAC se reserva el derecho a adoptar *medidas disciplinarias* respecto del personal de la Asociación que contravenga las normas contenidas en este Manual, así como a ejercer las acciones que procedan por los perjuicios que pudieran derivarse.

- Por todas las *entidades asociadas* y, especialmente, por sus representantes en los Órganos Directivos, Comisiones Estatutarias, Comités y Grupos de Trabajo existentes en el seno de ANFAC.

El Manual está permanentemente a disposición de los asociados para su consulta en el sitio web de ANFAC (ver enlace [aquí](#)).

1.3. Glosario de términos útiles

A continuación se explica el sentido de algunos términos que se emplean a lo largo del Manual:

- *Acuerdos horizontales*: Acuerdos que se dan entre las empresas que actúan en el mismo nivel de producción, distribución o comercialización de bienes y/servicios (es decir, principalmente entre empresas competidoras).
- *Acuerdos verticales*: Acuerdos que se producen entre las empresas situadas en diferentes estadios de producción, distribución o comercialización de bienes y/servicios (por ejemplo, entre un fabricante y un distribuidor).
- *Cártel*: Acuerdo secreto entre dos o más competidores cuyo objeto sea la fijación de precios, las cuotas de producción o de venta, el reparto de mercados, incluidas las pujas fraudulentas, o la restricción de las importaciones o las exportaciones.
- *Colusión*: Por colusión se entiende la coordinación del comportamiento competitivo de las empresas; por tanto, es colusivo todo acuerdo explícito o tácito entre las empresas activas en un mercado encaminado a fijar precios, limitar la producción o la rivalidad entre ellas. La colusión como medio para limitar o eliminar la incertidumbre es

una práctica negativa que reduce la competencia efectiva. Los acuerdos colusivos dan lugar a que los precios de los bienes o servicios se sitúen por encima de los niveles que prevalecerían bajo una estructura de mercado competitiva y eficiente.

- *Datos o informaciones comerciales o estratégicas:* Las autoridades de defensa de la competencia consideran que constituyen aspectos comerciales y estratégicos aquellos que determinan los parámetros de la competencia de los operadores en el mercado, tales como el precio (y los factores para determinar éste, como por ejemplo, los costes, descuentos y márgenes), el volumen, los métodos de producción, la calidad y variedad de productos y los procesos de innovación.
- *Dato agregado:* Es el dato o cifra global relativo a un mercado de producto o servicio (por ejemplo: ventas totales de automóviles en 2012), sin distinguir de manera individual a las empresas que actúan en dicho sector.
- *Práctica concertada:* El concepto de "práctica concertada" se refiere, a una forma de coordinación entre empresas que, sin llevar la coordinación hasta el punto de concertar un acuerdo propiamente dicho, sustituyen conscientemente los riesgos de la competencia por una cooperación práctica entre ellas. Con el concepto "práctica concertada", se pretende impedir que las empresas eludan la aplicación del TFUE o LDC llegando a un entendimiento entre ellas sobre ciertos modos de actuar contrarios a la competencia y no asimilables a un acuerdo definitivo; por ejemplo, informarse mutuamente por adelantado de la actitud que pensaba adoptar cada uno, para poder así organizar su comportamiento comercial sabiendo que los competidores actuarán de la misma manera¹.

¹ Sentencia del Tribunal de Justicia de 14 de julio de 1972, ICI/Comisión, 48/69, Rec. p. 619.

2. La defensa de la competencia. Marco normativo

2.1. Ámbito de aplicación del Derecho de la competencia

Las normas de defensa de la competencia regulan, principalmente:

- El control de estructuras o concentraciones.
- El control de conductas bilaterales o multilaterales anticompetitivas (acuerdos tácitos o expresos-, prácticas concertadas o conscientemente paralelas y decisiones o recomendaciones colectivas) o unilaterales (el abuso de posición dominante)

Las normas del Derecho de la competencia que deben cumplir los empresarios y las asociaciones empresariales españolas se recogen, principalmente, en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea² (TFUE) y en la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la competencia (LDC). Ambos cuerpos legales tienen un esquema normativo muy similar con tipos de infracción amplios al objeto de recoger la multiplicidad de conductas que pueden ser anticompetitivas y resultar por tanto prohibidas.

Con carácter general y asumiendo su aplicación a la actuación cotidiana de una asociación empresarial, el presente Manual se centra en las normas que disciplinan los acuerdos o prácticas concertadas de tipo horizontal y vertical.

2.2. ¿Qué conductas están prohibidas?

Está prohibida toda conducta anticompetitiva, entendiéndose por tal todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela que produzca o pueda producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia en los mercados.

La definición de conducta anticompetitiva se configura así con carácter muy amplio, no requiriendo que el eventual acuerdo adopte forma alguna pudiendo ser incluso un *acuerdo tácito*. Tampoco es necesario que produzca efectos en el mercado si por su mero objeto es susceptible de impedir, restringir o falsear la competencia. El concepto de acuerdo se complementa además con el de práctica concertada, para dar cabida a todo tipo de conducta colectiva restrictiva que no llega a revestir la forma de un acuerdo propiamente dicho (por ejemplo: una recomendación de una Asociación, como se ve más adelante).

Existen tres conductas especialmente graves y por lo tanto prohibidas:

- Los acuerdos que tengan por objeto o efecto la *fijación de precios* o de otras condiciones esenciales de la transacción: En un mercado

² Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, *Diario Oficial* nº C 83 de 30.3.2010, en particular sus artículos 101 y ss.

competitivo las empresas deben poder fijar automáticamente su política comercial y de precios y, por ello, las asociaciones empresariales han de abstenerse de cualquier decisión o recomendación, en materia de fijación de precios, tendente a eliminar dicha autonomía de las empresas.

- Acuerdos o prácticas de *reparto de mercado*. Los acuerdos entre dos o más vendedores que ofrecen el mismo bien con el objeto de eliminar la competencia entre ellos repartiéndose el área geográfica en la que operan o el canal de distribución o los clientes.
- Los acuerdos que tienen por finalidad *restricciones a la producción*: Son acuerdos en virtud de los cuales se limita la capacidad que puede producir y vender una o varias de las partes, con el efecto probable de reducir la producción en el mercado y por extensión provocar un así aumento artificial de los precios.

La forma en que estas conductas se lleven a cabo es irrelevante. No es preciso que las decisiones, recomendaciones, acuerdos o prácticas concertadas se documenten por escrito para estar prohibidas. Los acuerdos verbales y los “pactos de caballeros” quedan igualmente comprendidos en la prohibición.

En consecuencia, debe vigilarse el estricto cumplimiento de las normas de competencia tanto en los acuerdos escritos y formalmente adoptados en el seno o a propuesta de ANFAC, incorporados a Actas o documentos, como los acuerdos verbales y demás prácticas no documentadas.

2.3. ¿Cómo se sancionan las conductas anticompetitivas?

2.3.1. Autoridades competentes

Las conductas anticompetitivas pueden ser objeto de sanción o condena por parte de las autoridades administrativas y judiciales competentes.

Las autoridades encargadas de la aplicación del Derecho de la Competencia que pueden intervenir en España son varias. Por un lado, están las Administraciones *públicas* a través de la *Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)*, las *autoridades de defensa de la competencia de las Comunidades Autónomas* y la *Comisión europea*. La intervención de unas u otras depende esencialmente de la dimensión geográfica de la práctica o conducta restrictiva que se persiga. Tienen competencia atribuida para conocer de casos de Derecho de la competencia asimismo los Tribunales mercantiles y con frecuencia los Tribunales civiles conocen incidentalmente de esta materia.

El procedimiento sancionador administrativo, a escala nacional o comunitaria, se inicia bien mediante denuncia (por solicitud de un tercero) o de oficio (a iniciativa de la Administración). Es importante saber que un procedimiento sancionador puede tener su origen en una solicitud de Clemencia.

El programa de Clemencia es un procedimiento de exención o reducción de multas por la participación en un cartel. Algunos expedientes se inician como consecuencia de una solicitud de clemencia por parte de una empresa que forma parte de un cartel. Si una empresa acude en primer lugar y aporta información suficiente y desconocida por la autoridad de forma que ésta puede iniciar un expediente sancionador, esta solicitud puede suponer la inmunidad total de multas para dicha empresa. Las posteriores aportaciones de otras empresas que supongan un valor añadido respecto de la información que ya disponga la autoridad pueden dar lugar reducciones más o menos significativas de sus respectivas multas³.

2.3.2. Competencias de investigación e inspección de las autoridades

La Dirección de Competencia de la CNMC o la de DG COMP de la Comisión europea tienen amplias competencias de investigación que incluyen el registro domiciliario de la empresa o Asociación, solicitudes de información oral y escrita, así como investigaciones en los domicilios particulares de los directivos.

2.3.3. Posibles sanciones administrativas y condenas civiles por daños y perjuicios

Las infracciones del Derecho de la competencia pueden acarrear graves consecuencias, en concreto deben subrayarse las siguientes:

- Multas administrativas que pueden alcanzar el 10% de la facturación total mundial de cada uno de los miembros de la asociación empresarial.
- Responsabilidad legal de la asociación empresarial o de sus empleados. En particular, los miembros de los órganos de dirección de las asociaciones participantes en las conductas sancionadas podrán sancionarse con una multa de hasta 60.000 euros.
- Demandas ante los tribunales mercantiles por los daños y perjuicios ocasionados por la práctica anticompetitiva.

³ El Programa de clemencia proporciona así un incentivo para que a través de la confesión, se descubran cárteles de empresas que la Administración desconoce o respecto de los que aún no dispone de indicios suficientes para iniciar una investigación. Asimismo, constituye además un riesgo añadido y por lo tanto un desincentivo para los participantes en un cartel porque aporta un grado mayor de inestabilidad al mismo en forma de desconfianza en la medida en que cualquier participante del cartel puede optar o haber optado ya por la confesión.

3. Actuaciones específicas de ANFAC desde la óptica del Derecho de la competencia

Las asociaciones empresariales, como vehículo de representación y actuación colectiva de sus asociados, empresas competidoras, han de abstenerse de cualquier comportamiento interno y/o externo que tienda, o sea apto para, eliminar la autonomía competitiva en el mercado de las empresas asociadas o no asociadas.

Las asociaciones pueden servir como medio de comisión de una infracción de las empresas asociadas o estar en sí mismas en el origen de la conducta infractora, a través de sus miembros y/o cargos directivos. De hecho, son ya numerosos los expedientes en los que la CNMC (y sus antecesores) han tratado las conductas de las asociaciones empresariales y las han sancionado cuando ha sido pertinente⁴.

En ese marco, una declaración de intenciones en los medios de comunicación, por ejemplo, puede ser contraria al Derecho de la competencia si induce a unificar el comportamiento de sus asociados y/o el de otros terceros, alterando el normal funcionamiento del mercado.

A continuación se analizan los principales tipos de comportamientos reprochables a las asociaciones empresariales desde la óptica del Derecho de la competencia.

3.1. Decisiones y recomendaciones colectivas

Las actuaciones de ANFAC tienen por finalidad la defensa de los intereses profesionales y económicos comunes de sus asociadas. Este ejercicio debe llevarse a cabo siempre sin invadir la autonomía de gestión y decisión de la política empresarial de sus asociados.

La adopción de decisiones colectivas o recomendaciones por una asociación empresarial, dirigidas a sus miembros (o al mercado en general) que puedan tener como consecuencia la aproximación, la coordinación de las respectivas políticas y estrategias comerciales y de negocio, supone, en principio, una infracción de las normas de defensa de la competencia.

En el caso de que el objeto de la decisión o recomendación sea restrictivo (lo que sucede generalmente cuando hace referencia a *precios de mercado* o *cantidades de producción* o *repartos de clientes*), incluso aunque no se lleguen a aplicar, no se evita la prohibición y el riesgo de imposición de sanciones.

⁴ Véase la Guía para Asociaciones Empresariales de la extinta CNC (diciembre de 2009) cuyo enlace facilitamos [aquí](#).

La extinta CNC (actual CNMC) concluyó que el objetivo de unas notas de prensa en las que se indicaba que “los productores se están viendo en la obligación de trasladar este aumento de costes de producción a sus clientes, lo que repercutirá en el precio al consumidor”, era orientar el comportamiento de los asociados, en el sentido de repercutir en el precio el incremento de los costes de producción (Resolución CNC, Expte. S/0055/08, de 28 de septiembre de 2009).

Las ‘recomendaciones colectivas’ se entienden, asimismo, como acuerdos restrictivos en los que la concurrencia de voluntades de los asociados no se requiere respecto de la conducta en sí, sino que se infiere de la naturaleza de la entidad que formalmente adopta la recomendación (una asociación), en tanto que está integrada por una pluralidad de operadores económicos independientes (los asociados).

El Tribunal de Defensa de la Competencia (antecesor de la CNMC) sancionó con una multa de 80 millones de pesetas en el año 2000 a una asociación cuya estrategia consistió en el envío de una carta de su presidente instando a los miembros de la Asociación a tomar medidas contra el deterioro económico del mercado, así como la realización de una campaña de prensa en la que se declaraba la necesidad de subir los precios en un porcentaje entre el 7 y el 10%. La conducta se consideró como una recomendación colectiva de subir los precios (Resolución TDC, Expte. 479/99, de 1 de diciembre de 2000).

La extinta CNC (actual CNMC) sancionó a una Federación de Asociaciones por la publicación de notas de prensa con el fin de alertar a la opinión pública sobre el incremento del coste de determinadas materias primas en las que se cuantificaban los incrementos, se subrayaba su carácter estructural y se expresaba de forma más o menos explícita la idea de que ello iba a tener un impacto sobre el precio final de los productos afectados (Resolución CNC de 14 de octubre de 2009).

Las recomendaciones colectivas realizadas por una Asociación a través de sus portavoces o medios de comunicación son especialmente relevantes en tanto que pueden constituir asimismo conductas objetivamente restrictivas de la competencia. Así sucede si los *mensajes públicos* son aptos para, o inducen a, unificar el comportamiento de los asociados y/o el de otros terceros, alterando el normal funcionamiento del mercado. Por este motivo, deben evitarse los anuncios o comunicaciones —incluso bajo la forma de meras opiniones de un portavoz o responsable— que pueden influir sobre la actuación de las empresas en materia de *precios, ventas, compra de materias primas, condiciones contractuales* y, en general, cualquier otra *variable comercial* capaz de señalar a las empresas del mercado (miembros de la asociación o no) cuál debe ser su comportamiento. El medio a través del que estas recomendaciones se hacen públicas o la forma que adopten es indiferente.

Conclusión: Hay que evitar emitir recomendaciones colectivas o decisiones, en relación con precios, producción, costes, repartos de clientes y otros aspectos que puedan restringir la libre competencia, con independencia del medio utilizado, notas públicas, ruedas de prensa, entrevistas escritas, comunicaciones entre asociaciones, afiliados, e-mail, cartas, circulares, medios de comunicación públicos, Internet, declaraciones de Directivos de la Asociación, etc.

3.2. Intercambios de información

Los intercambios de información entre competidores en el seno de una asociación empresarial pueden ser beneficiosos para el ejercicio de la libre

competencia, porque pueden posibilitar una mejor asignación de los recursos en beneficio de los consumidores y usuarios finales.

No obstante, en ocasiones el intercambio de información puede vulnerar el Derecho de defensa de la competencia, cuando se trata de *datos estratégicos* sobre la actividad de las empresas.

En julio de 2015, la CNMC multó con un total de 171 millones de euros a veintiuna empresas fabricantes y distribuidoras de marcas de automóviles en España y a dos empresas consultoras, por prácticas restrictivas de la competencia consistentes en *intercambios de información comercialmente sensible y estratégica* en el mercado español de la distribución y los servicios de postventa de vehículos de las marcas participantes.

La CNMC consideró probado el intercambio sistemático de información confidencial comercialmente sensible, tanto actual como futura y altamente desagregada, que —pese no referirse a precios— cubría la práctica totalidad de las actividades realizadas por las empresas sancionadas mediante sus redes de distribución y postventa: venta de vehículos nuevos, usados, prestación de servicios de taller, reparación, mantenimiento y venta de piezas de recambios oficiales (Expediente de la CNMC núm. S/0482/13, *Fabricantes de Automóviles*).

Cuando las empresas comparten *datos estratégicos*, incluso sin acuerdo previo, reducen la incertidumbre en el mercado y crean condiciones de competencia distintas de las normales, lo que constituye una práctica concertada prohibida.

Conclusión: Debe prestarse especial atención a los intercambios de información que puedan tener lugar en el seno de ANFAC, o a propuesta de ANFAC, que se refieran directa o indirectamente a aspectos comerciales o estratégicos de las entidades asociadas, con independencia de que sea lícito el contexto en el que tales intercambios se realicen (p. ej., elaboración de estadísticas, informes, estudios o rankings de empresas; seminarios o jornadas informativas o cualquier reunión de Comisiones o Grupos de Trabajo).

3.2.1. ¿Cuáles son los datos que *nunca* deben ser objeto de intercambio en el seno de ANFAC?

- Datos individualizados de volúmenes de producción, capacidad de producción, capacidad de ventas, referidos a competidores concretos (por ejemplo, facturación o unidades vendidas de los 3 primeros operadores durante el último trimestre).
- Precios aplicados o datos relativos a formación de precios, incluidos proyectos de precios, de incremento de precios (sin perjuicio de que no se precise su cuantía), fechas de implementación, tipos de descuentos, promociones, condiciones de financiación y en general cualquier dato con implicaciones sobre los precios (costes, volúmenes de producción, capacidad productiva, stocks, ventas realizadas). Lo mismo aplica a las informaciones de precios aplicados en forma de horquillas.
- Información sobre identidad de clientes, o zonas o territorios de ventas, volúmenes de compras, etc.
- Información de stocks y pedidos pendientes. Como regla general no deben suministrarse los datos relativos al estado de pedidos pendientes o previstos, reservas o el porcentaje de utilización de capacidad productiva.

- Previsiones de devolución del mercado o de la estrategia comercial, incluyendo previsiones de ventas (en volumen y valor), precios, producción, capacidad utilizada, niveles de stock, estimaciones internas.
- Información sobre concursos públicos o la forma en que la empresa participa en los mismos.

Importante: Los resultados de los intercambios de información no deben ser comentados por los asociados para el diseño de estrategias comerciales, ni deben hacerse previsiones ni recomendaciones de actuación sobre la base de los mismos.

3.2.2. ¿Cuáles son los intercambios de información permitidos?

ANFAC puede recopilar y distribuir datos estadísticos a sus asociados o a terceros e intervenir en intercambios de dichos datos siempre y cuando reúnan las siguientes características:

- *Datos agregados:* La información distribuida debe consistir en datos agregados, respetando la confidencialidad de los datos individuales de cada empresa asociada en particular evitando que estos datos individuales se puedan deducir fácilmente de la información agregada suministrada.
- *Datos de terceros:* La información proporcionada por terceros, como empresas de estudios de mercado, puede suministrarse a los asociados, de acuerdo con las condiciones contractuales establecidas con dichas sociedades.
- *Datos históricos:* Solo deben aportarse datos pasados. Los datos se convierten en históricos dependiendo de los mercados, cuando ha transcurrido entre 6 meses y 1 año de su obtención. No obstante, esta circunstancia depende de cuándo el dato ha dejado de ser relevante a efectos competitivos.
- *Datos públicos:* Los datos públicos pueden ser distribuidos entre los asociados.

Importante: En caso de duda, debe recabarse la opinión legal del Responsable de Cumplimiento.

3.3. Acuerdos indirectos y facilitación por empresas de consultoría

Tanto los Tribunales europeos como el Tribunal Supremo español han confirmado que el término acuerdo no solo se refiere a los acuerdos directos entre competidores, sino también los indirectos; lo que incluye cualquier acuerdo entre dos competidores organizado por un tercero o una empresa de consultoría.

En la práctica, esto se traduce en que cualquier acuerdo alcanzado entre empresas competidoras infringirá las normas de competencia incluso en el supuesto de que no haya sido diseñado, coordinado o monitorizado por dichas empresas, sino por un tercero o una firma de consultoría.

Por tanto, debes solicitar inmediatamente el asesoramiento del Responsable de Cumplimiento cuando una empresa de consultoría te pida que organices, asistas y/o participes en reuniones a las que vayan a asistir nuestras marcas asociadas, o te solicite que recopiles y/o suministres datos comercialmente sensibles de dichas marcas⁵.

3.4. Otras conductas de riesgo

3.4.1. Estándares técnicos y certificaciones

En el seno de una asociación, los asociados pueden acordar el establecimiento de requisitos técnicos o cualitativos "estandarizados" que deben satisfacer los productos o procedimientos y métodos de producción actuales y futuros, con los consiguientes efectos económicos beneficiosos importantes tales como el fomento del desarrollo de mercados y productos nuevos y mejorados, así como la mejora de las condiciones de suministro y el ahorro de costes.

No obstante, el establecimiento de estándares también puede producir efectos restrictivos de la competencia en las siguientes circunstancias:

- Cuando dichos acuerdos *reducen la competencia de precios*;
- Cuando dichos acuerdos *excluyen tecnologías innovadoras*, limitando con ello o controlando la producción, los mercados, la innovación o el desarrollo técnico; y
- Cuando dichos acuerdos pueden conllevar la *eliminación o discriminación de ciertas empresas* impidiéndoles un acceso efectivo al estándar de forma no justificada para los fines perseguidos de mejora de la competencia.

Conclusión: La estandarización técnica o la obtención de certificaciones oficiales no restringe la competencia cuando (1) todas las empresas asociadas pueden participar en el diseño y establecimiento de estándares y el procedimiento de adopción de los estándares es transparente y (2) los acuerdos de estandarización son libremente acatados por las empresas (sin que los mismos sean de obligado cumplimiento para las mismas), proporcionando acceso a los estándares en condiciones justas, razonables y no discriminatorias.

3.4.2. Contratos tipo o cláusulas tipo

En ocasiones las asociaciones establecen condiciones comerciales tipo, es decir, modelos de contratos o de cláusulas contractuales para su empleo generalizado por sus miembros con terceros (proveedores, distribuidores y clientes). Al estar previamente acordados por los operadores en el mercado, los contratos o cláusulas tipo dotan de eficiencia y celeridad a las relaciones contractuales cuando simplifican aspectos complejos, pero suponen una

⁵ Véase Asunto No C-194/14 P - *AC-Treuhand/ Comisión* y Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Segunda) de 22 de octubre de 2015. Véanse asimismo Sentencias del Tribunal Supremo en el asunto *Concesionarios* y Auto del Alto Tribunal en el asunto *Fabricantes de Automóviles*.

conducta anticompetitiva si se imponen a sus miembros y particularmente si afectan a aspectos estratégicos que corresponden únicamente a la esfera individual de las partes; así por ejemplo a aspectos tales como precios, tarifas, descuentos, condiciones de pago, estructura de promociones, de contratos accesorios, garantías, etc.

Conclusión: La aplicación de contratos tipo está supeditada a la libertad de las empresas para establecer las condiciones comerciales con terceros y no se permitirán si son vinculantes para las empresas asociadas.

3.4.3. Códigos de autorregulación y de buenas prácticas de asociaciones

Es frecuente que las asociaciones empresariales se doten, en sus estatutos o a través de códigos deontológicos o de buenas prácticas, de normas asociativas internas o externas, que prohíban o limiten determinadas conductas de las empresas asociadas (p.ej., la obligación de implementar campañas conjuntas de publicidad con un contenido determinado).

El contenido de estos códigos de autorregulación no puede contener acuerdos restrictivos de la libre autonomía de decisión de las empresas partícipes en sus políticas comerciales y sólo estará permitida su adopción:

- si las normas establecidas persiguen la satisfacción de un bien general y son indispensables para alcanzar dicho objetivo;
- si las limitaciones o prohibiciones establecidas no van más allá de las limitaciones o prohibiciones establecidas por ley (en particular, en lo que respecta a las leyes reguladoras de la publicidad que protegen los intereses de los consumidores y usuarios); y
- si dichos códigos son asumidos voluntariamente por las empresas.

3.4.4. Boicots

Con carácter general, toda actuación coordinada que, en el seno de una asociación, produzca o tienda a producir la exclusión o discriminación de un operador del mercado (ya sea un proveedor, un cliente o un competidor) es una práctica concertada susceptible de constituir un ilícito de competencia.

Se considera una vulneración de la libertad empresarial del boicoteado y es una conducta anti-competitiva prohibida. El boicot está vedado incluso aunque pueda ser respuesta a un comportamiento previo ilícito.

4. Protocolo de actuación en el seno de ANFAC, Responsable de Cumplimiento y Canal de Denuncias

4.1. Principios generales de actuación

Cualquier actuación que se lleve a cabo en ANFAC debe respetar inexcusablemente los principios generales que se enuncian a continuación, debiendo los *Responsables funcionales* adoptar todas las medidas que sean precisas para garantizar su cumplimiento efectivo:

- Libre competencia e intervención mínima
- No discriminación
- Transparencia y objetividad
- Estanqueidad y confidencialidad de los datos
- Autoevaluación

Importante: Cualquier duda que pueda surgir en relación con la interpretación o aplicación de estos principios generales debe consultarse con el Responsable de Cumplimiento sin dilación conforme al procedimiento previsto en el Apartado 4.2 de este Manual.

Describimos en detalle cada uno de los principios en los Apartados siguientes.

4.1.1. Libre competencia e intervención mínima

Todos los acuerdos, decisiones y actuaciones que se adopten o se lleven a cabo en ANFAC respetarán la libertad y autonomía empresarial de las entidades.

Atención: En el seno de ANFAC no se adoptarán decisiones, promoverán acuerdos o realizarán recomendaciones que tenga por objeto o efecto alentar, promover, permitir o favorecer la *homogeneización de las prácticas comerciales* de las entidades asociadas, aun cuando tales prácticas sean solicitadas por la Administración pública.

Los miembros no estarán obligados a acatar los acuerdos, decisiones y recomendaciones adoptados en el seno de ANFAC si ello constriñe la autonomía empresarial en el mercado.

Los acuerdos, códigos de autorregulación, decisiones y recomendaciones que puedan adoptarse en ANFAC no establecerán ninguna restricción a la libertad de actuación de las empresas partícipes, que no sea la estrictamente indispensable para alcanzar los objetivos de eficiencia y ventajas para consumidores y usuarios que se propone alcanzar con la adopción del propio acuerdo.

4.1.2. No discriminación

Los acuerdos y decisiones de ANFAC deben estar abiertos a todas las entidades asociadas que pudieran resultar afectadas por ellos o tuvieran los mismos intereses, su objeto y efectos, sin que pueda excluirse a ninguna de

ellas sin justificación legítima. Por otra parte, no se pueden adoptar restricciones ni medidas que perjudiquen o puedan perjudicar a las entidades no adheridas al acuerdo de que se trate

4.1.3. Transparencia y objetividad

El contenido de los acuerdos, decisiones y recomendaciones que se adopten en el seno de ANFAC debe ser transparente y objetivo, de forma que no contengan cláusulas o expresiones oscuras, ambiguas o que admitan diversas interpretaciones.

4.1.4. Estaqueidad y confidencialidad de los datos recabados de las entidades

Deberán mantenerse *confidenciales* frente a las entidades asociadas y sus representantes, todos los datos e informaciones *no públicos* (esto es, que no se encuentran accesibles con facilidad ni con la misma regularidad y detalle en el mercado), que puedan ser considerados *estratégicos* o *sensibles* para la libertad competitiva de cada una de las entidades asociadas, que ANFAC solicite para su tratamiento estadístico legítimo (ya sea directamente o a través de terceros), elaboración de tablas, estudios sectoriales o para trasladar información a la Administración.

Para mayor detalle sobre cómo tratar los datos confidenciales proporcionados por empresas asociadas, debe consultarse el Anexo III de este Manual que contiene las actuales normas internas de ANFAC de cumplimiento obligatorio por parte de su personal en materia de recopilación, tratamiento y custodia de los datos recabados de las entidades con fines estadísticos o para la elaboración de estudios sectoriales.

4.1.5. Autoevaluación

Los acuerdos y prácticas desarrolladas en ANFAC que susciten dudas acerca de su legalidad bajo el Derecho de la competencia serán objeto de evaluación previa por el Responsable de Cumplimiento para comprobar que no constituyen ninguna conducta anticompetitiva.

ANFAC y cada uno de sus miembros se asegurarán de que se respeten las normas de competencia en cualquier reunión organizada o promovida en la asociación.

4.2. Interlocución en materia de Derecho de la competencia

4.2.1. A quién acudir con consultas sobre Derecho de la competencia: Responsable de Cumplimiento

Para cualquier consulta sobre Derecho de la competencia y sobre el cumplimiento del presente Manual, tanto la Dirección como los empleados, así como los miembros de los Órganos Directivos, Comités y Grupos de trabajo y los asistentes a reuniones en el seno de ANFAC pueden solicitar el asesoramiento del Responsable de Cumplimiento.

El responsable de la supervisión del cumplimiento de las normas de Derecho de Competencia por ANFAC recae en la figura del Responsable del Área Jurídica de ANFAC. Consignamos a continuación sus principales funciones:

- Presta asesoramiento sobre Derecho de la competencia y conductas anticompetitivas a todos los Órganos Directivos, Comisiones Estatutarias, Comités y Grupos de trabajo, Responsables funcionales y Consultores de la Asociación en sus reuniones y quehacer diario
- Está autorizado a tomar parte, a su discrecionalidad, en todas las reuniones al objeto de examinar las rutinas de funcionamiento.
- Puede promover cursos de formación interna para los empleados de la Asociación.
- Supervisa el cumplimiento de este Manual e informa periódicamente a la Dirección de los problemas y/o incidentes que pueda detectar.

Responsable de Cumplimiento de ANFAC

Diego Carril Rodríguez-Casanova
Director Jurídico, Laboral y Relaciones Institucionales

T. 91.792.74.39 / M. 699.85.82.48
E. diego.carril@anfacs.com

4.2.2. Cómo actuar, tratar información y adoptar acuerdos en el seno de ANFAC

Principio de actuación: Autoevaluación continua de conductas, acuerdos e información por parte de cada uno de los intervinientes en dichas actuaciones en el seno de ANFAC y por parte del Responsable de Cumplimiento.

Para poder analizar con detalle los eventuales riesgos que presenten las actuaciones efectuadas por, y en el seno de, ANFAC, *previamente* ha de examinarse su contenido y alcance desde la perspectiva del Derecho de la competencia (ello se denomina "Autoevaluación"). La autoevaluación implica lo siguiente:

- Todo proyecto nuevo o modificación de contenidos de los existentes que afecte a la competencia o que sea susceptible de afectarla será sometido al procedimiento de valoración.
- Desde ANFAC no se adoptará ningún acuerdo o se deliberará sobre cuestión alguna que afecte o pueda ser susceptible de afectar a la competencia en el mercado, sin haber sido sometida a previo control de legalidad por el Responsable de Cumplimiento para su adecuación a la normativa de competencia.
- Las siguientes reglas básicas deberán observarse en relación con los encuentros y reuniones en el seno de ANFAC, y las materias, proyectos y acuerdos tratados o adoptados.

4.2.3. Cómo organizar encuentros y reuniones; reglas básicas de procedimiento

4.2.3.1. Convocatorias

Previamente a la convocatoria y formación del Orden del Día de las reuniones, los *Responsables funcionales* deben hacer una evaluación previa de los temas y asuntos que se van a tratar. Cuando tengan dudas respecto a la tipología del acuerdo y, en su caso, de sus efectos en competencia, lo consultarán, de acuerdo con el Procedimiento de Evaluación, con el Responsable de Cumplimiento de ANFAC quien, junto con la dirección general, establecerá las pautas que deben seguirse en la confección del Orden de día.

4.2.3.2. Deliberación en las reuniones

Si en el transcurso de una reunión surgen deliberaciones o conversaciones, estén previstas en el Orden del Día o no, que planteen dudas en materia de competencia, el Responsable debe:

- ✓ Suspender las deliberaciones o conversaciones.
- ✓ Consultar al Responsable de Cumplimiento.

4.2.3.3. Materiales complementarios de las reuniones

Los materiales aportados por los asociados en función de la reunión tales como presentaciones, actas, etc., cualquiera que sea su soporte, no previamente evaluados y que sean susceptibles de contener aspectos relevantes para el ajuste al Derecho de la competencia serán asimismo sometidos a valoración previa del Responsable de Cumplimiento *previamente* a su circulación entre los asociados.

El *Procedimiento de Autoevaluación* se aplica en los procedimientos de adopción de acuerdos, de modificación de acuerdos existentes, así como en la confección de los órdenes del día o en el tratamiento de cualquier cuestión ordinaria planteada en el seno de la Asociación. Este procedimiento se rige por las siguientes, reglas.

- A) En caso de duda sobre puntos del orden del día, nuevos acuerdos o sobre acuerdos que modifican el contenido de los acuerdos ya existentes:
1. El proyecto se someterá a consulta del Responsable de Cumplimiento, acompañado de un Informe del Responsable Funcional o Comité que lo propone acerca de los objetivos perseguidos y las dudas suscitadas en cuanto a si supone una infracción del Derecho de la competencia.
 2. El Responsable de Cumplimiento efectuará la evaluación del proyecto:
 - ✓ *Si considera que el proyecto supone una conducta anti-competitiva*, se lo comunicará al Área o Comité proponente, dándose por concluido el asunto y desechando el proyecto.
 - ✓ *Si considera que el proyecto no supone una conducta anti-competitiva*, se lo comunicará al Área o Comité proponente, indicando cuáles son los términos en que podrá concluirse el acuerdo correspondiente.
 - ✓ *Si tiene dudas* lo someterá a evaluación, en primer lugar, por el Comité Legal y, en segundo lugar, en caso de persistir las dudas, de un experto independiente que será un asesor jurídico externo.
 1. Si la evaluación es negativa se abandonará el proyecto, previa comunicación al Comité proponente.
 2. Si la evaluación es positiva, se proseguirá con el proyecto en los términos que haya delimitado el Responsable de Cumplimiento, el Comité Legal o el asesor jurídico externo, en su caso.
- B) En caso de duda sobre prórroga o actualización de acuerdos vigentes que no supongan modificación de contenidos, los acuerdos se someterán *previamente a su firma* a aprobación del Responsable de Cumplimiento de acuerdo con el esquema anterior.

4.2.4. Cómo interactuar con las autoridades de defensa de la competencia

4.2.4.1. Solicitudes de información remitidas por autoridades de defensa de la competencia

ANFAC está sometida al deber de colaboración e información con las autoridades de competencia (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, Comisión Europea, etc.) cuando sea requerida para ello como consecuencia de la tramitación de expedientes sancionadores, de control de concentraciones económicas o de investigaciones sectoriales, así como en procedimientos sancionadores.

Debe facilitar a estas autoridades, en los plazos señalados (sin perjuicio de ampliación de plazos), todos los datos e informaciones que le sean solicitados, sin perjuicio de que, si procede, pueda solicitar motivadamente la confidencialidad de los datos aportados. Corresponde al Responsable de Cumplimiento, previa información a la dirección general, la responsabilidad de remitir, y en qué condiciones, a las autoridades de defensa de la competencia las informaciones que puedan solicitarse a ANFAC.

El mero retraso en la entrega de la información podrá dar lugar a la imposición de multas coercitivas y el incumplimiento de la obligación de aportar la información podrá ser considerado como una falta leve, igualmente sancionable.

Norma básica de actuación: Cualquier requerimiento de cualquier naturaleza recibido, bien sea por la Dirección General de Competencia de la Comisión Europea, de la Comisión Nacional de la Competencia o de alguna de las autoridades autonómicas de defensa de la competencia deberá ser remitido al director general, así como al Responsable de Cumplimiento, haciendo constar la fecha de entrada o recepción en las Oficinas de ANFAC.

4.2.4.2 Inspecciones domiciliarias de las autoridades de la competencia

En el marco de su actividad, las autoridades de defensa de la competencia pueden realizar inspecciones domiciliarias en los locales de las asociaciones empresariales, ya sean anunciadas con antelación o sin previo aviso. Dichas facultades incluyen la posibilidad de verificar libros y documentos, cualquiera que sea su soporte (digital o físico), hacer copias de los mismos, precintar los locales, libros o documentos y solicitar explicaciones a cualquier representante o miembro del personal de la empresa o asociación de que se trate, así como inspeccionar los vehículos de empresa.

Las inspecciones están sujetas a los límites y garantías concedidos a las empresas y particulares por la Constitución y las leyes. Por este motivo, y salvo que la asociación haya prestado el consentimiento a dicha inspección, los inspectores deben acudir con una Orden judicial que explicita el objeto de la investigación y la habilitación para la realización de la misma. Las autoridades comunitarias disponen además de un mandato de inspección suscrito por el Comisario de la Competencia.

Normas básicas de actuación: Si se produce alguna visita sorpresa de inspectores o algún aviso de inspección:

- La persona que lo reciba deberá ponerse en contacto inmediatamente con la dirección general de ANFAC. En caso de ausencia de la anterior, contactará con el Responsable de Cumplimiento y se invitará a los inspectores a que esperen unos minutos en una Sala para ser atendidos por la persona que les acompañe durante la inspección.
- Tanto la persona que reciba la visita o el aviso de inspección como las personas que participen en la misma no deberán negarse en ningún caso a colaborar con las autoridades de la competencia y deberán observar las normas básicas de actuación previstas en el Anexo II de este Manual.
- Para mayor detalle sobre cómo actuar en caso de inspección, debe consultarse el Anexo II de este Manual que contiene instrucciones precisas al respecto.

4.2.5. Canal de denuncias

En cumplimiento de la Directiva (UE) 2019/1937 relativa a la protección de las personas que informen sobre infracciones del Derecho de la Unión, y las indicaciones consignadas en la Guía de la CNMC de programas de cumplimiento en relación con la defensa de la competencia, cualquier miembro de ANFAC puede denunciar cualquier sospecha de infracción de las normas de competencia

enviando un correo electrónico anónimo al Responsable de Cumplimiento.

5. Mapa de riesgos y directrices de ANFAC

5.1. Decisiones y recomendaciones colectivas

Caso Práctico: Tras la entrada en vigor de una nueva normativa fiscal que grava el sector del automóvil, recibes multitud de quejas de nuestros asociados preocupados por las implicaciones sobre sus beneficios y, en particular, la caída de márgenes que supondrá la reforma. Envías un correo electrónico a las marcas asociadas describiendo las consecuencias de este incremento de costes y proponiendo que la mejor forma de afrontar este problema es que todos los clientes afectados apliquen un recargo equivalente al impacto fiscal. ¿Es correcto?

Directriz: No, no lo es en absoluto. De hecho, proponer un acuerdo entre competidores sobre la aplicación de dicho recargo equivale a facilitar un cartel con el objetivo de incrementar los precios en todo el sector, y está estrictamente prohibido por ese mismo motivo.

Caso Práctico: En el caso anterior, en lugar de que todos los clientes afectados apliquen un recargo equivalente al impacto fiscal, se te ocurre proponer a un periodista que trabaja en un diario económico de tirada nacional que publique un artículo en el que se describa el malestar en el sector a raíz de la nueva normativa fiscal y a ANFAC se le pide que prevenga de una subida de precios a nivel sectorial equivalente al nuevo tipo impositivo impuesto. ¿Sería correcto?

Directriz: No, no lo sería. La publicación de dicho artículo podría ser interpretada como una conducta ilegal de señalamiento de precios (*price signalling*) tendente a facilitar una homogeneización de precios en todo el sector, razón por la cual está estrictamente prohibida.

5.2. Intercambios de información

Caso Práctico: Asistes a una reunión de Grupo de Trabajo de ANFAC. En la reunión, se sugiere que recopiles información sobre el coste que supone a los clientes la promulgación de una nueva proposición de ley en España. Esta información podría usarse posteriormente a efectos de iniciativas de presión política (*lobby*) en relación con esa nueva ley. ¿Es correcto?

Directriz: En principio sí, siempre que la información se agregue para determinar los costes medios. Dicho esto, la información sobre el impacto en los costes para cada compañía en particular deberá archivarse separadamente y no deberá divulgarse en ningún caso entre los miembros de la ANFAC.

Caso Práctico: Uno de nuestros asociados te solicita que prepares un informe de calidad sectorial (*benchmark*) en el que se consignent las políticas de precios (incl., reembolsos, descuentos, márgenes, bonificaciones, condiciones de crédito, etc.) y futuros planes y proyectos comerciales de nuestras otras marcas asociadas. ¿Qué debes hacer?

Directriz: Debes informar de inmediato de la solicitud del cliente al Responsable de Cumplimiento, quien registrará el incidente y te brindará el asesoramiento que necesitas. A menos que la información pueda ser agregada de manera que la información específica de cada marca de automóvil permanezca confidencial en todo momento, la solicitud será denegada.

Caso Práctico: Una vez denegada su solicitud inicial, recibes otro correo electrónico del asociado pidiéndote que prepares el mismo informe de calidad sectorial (*benchmark*) en el que se consignen los precios e información comercial de sus competidores, pero esta vez anonimizando los datos, es decir, reemplazando la identificación de cada marca de automóviles con una letra (X, Y, Z, etc.). ¿Sería correcto?

Directriz: No, tampoco lo sería. De hecho, proponer tal método para anonimizar los datos comerciales podría ser percibido por las autoridades de competencia como evidencia de que las partes sabían que la información intercambiada violaba las normas de defensa de la competencia.

Caso Práctico: Un día recibes en copia un correo electrónico procedente de una marca asociada en el que se adjuntan informes mensuales muy detallados que incluyen información comercial específica, pero más de un año de antigüedad, tanto de dicha marca como de todos sus competidores en España (excluida la información de precios). ¿Qué debes hacer?

Directriz: Debes informar el incidente de inmediato al Responsable de Cumplimiento, quien lo registrará y te brindará el asesoramiento que necesitas. En este caso específico, el hecho de que la información tenga más de un año de antigüedad y no se refiera a precios podría traducirse en un riesgo menor al que existiría si se intercambiase información de precios actual. Sin embargo, la frecuencia de los intercambios, su especificidad y el hecho de que las marcas de automóviles puedan estar intercambiando información adicional sin nuestro conocimiento deben tenerse en cuenta a la hora de adoptar una decisión al respecto.

Caso Práctico: En un Grupo de Trabajo que te ocupas de coordinar, se te asigna la responsabilidad de coordinar un nuevo informe *benchmark* bimestral mediante la recopilación de información comercial actual y específica sobre cómo tiene previsto gestionar su red de concesionarios cada una de las marcas de automóvil que opera en España (incl. precios, márgenes comerciales, incentivos de red, costes de reparación, etc.). ¿Es correcto?

Directriz: No, no lo es en absoluto. De hecho, participar en la preparación de dicho informe equivaldría a facilitar un cartel que tiene por objeto compartir información comercial ilegal entre competidores, lo que está estrictamente prohibido por las normas de defensa de la competencia.

5.3. Estándares técnicos y certificaciones, contratos tipo y boicots

Caso Práctico: En Grupo de Trabajo en el que participas se dedica principalmente a la elaboración de *benchmarks* en relación con distintos indicadores técnicos de carácter medioambiental. Para ello, los integrantes se reparten cuestionarios que posteriormente son puestos en común en los informes y se toman como base para la elaboración de un *benchmark* comparativo de 9 meses de antigüedad. ¿Es correcto?

Directriz: En principio sí, en la medida en que los datos sobre energía y medioambiente no se consideran como datos que revistan un carácter comercial sensible. Por ese motivo, la elaboración de un *benchmark* (aunque incluyan datos individualizados de las empresas con una antigüedad de 9 meses), no puede considerarse que sea susceptible de afectar significativamente a la competencia o que permita alinear el comportamiento competitivo de las empresas.

Caso Práctico: En la reunión de un Grupo de Trabajo de ANFAC, se decide que ANFAC emita un certificado específico a las empresas asociadas que acrediten el cumplimiento de una serie de estándares mínimos de carácter medioambiental. El acuerdo de estandarización resultante será firmado por las marcas asociadas y de obligado cumplimiento para todas ellas. ¿Qué debes hacer?

Directriz: Debes informar de esta propuesta de inmediato al Responsable de Cumplimiento, quien la registrará y te brindará el asesoramiento que necesitas. En este caso específico, antes de proceder a su firma sería necesario modificar el carácter obligatorio del acuerdo de estandarización y asegurarse de que el acceso a los estándares está garantizado a cualquier empresa (no solo a las marcas asociadas a ANFAC) en condiciones justas, razonables y no discriminatorias.

Caso Práctico: En un Grupo de Trabajo que te ocupas de moderar, se te solicita que te ocupes de recabar información sobre el tipo de cláusulas tipo que se aplican en la UE a una nueva obligación de protección de datos (de carácter estrictamente técnica) a la que tendrán que hacer frente las marcas asociadas en España. Recabada la información, se redactará una cláusula modelo que las marcas asociadas podrán adoptar, modificando la redacción si lo consideran oportuno. ¿Sería correcto?

Directriz: Al tratarse, por una parte, de una cláusula-tipo de carácter técnico y limitada a un tema muy específico de protección de datos carente de impacto previsible en el mercado, y, por otra parte, y de un procedimiento a través del cual las marcas asociadas serán libres de introducir, o no, la redacción propuesta en sus respectivos modelos de contrato, del encargo no parece deducirse ningún riesgo de competencia. Dicho esto, ponte en contacto con el Responsable de Cumplimiento antes de aceptar el encargo.

Caso Práctico: Un día recibes en copia un correo electrónico procedente de una marca asociada en el que se adjuntan informes mensuales muy detallados que incluyen información comercial específica, pero más de un año de antigüedad, tanto de dicha marca como de todos sus competidores en España (excluida la información de precios). ¿Qué debes hacer?

Directriz: Debes informar el incidente de inmediato al Responsable de Cumplimiento, quien lo registrará y te brindará el asesoramiento que necesitas. En este caso específico, el hecho de que la información tenga más de un año de antigüedad y no se refiera a precios podría traducirse en un riesgo menor al que existiría si se intercambiase información de precios actual. Sin embargo, la frecuencia de los intercambios, su especificidad y el hecho de que las marcas de automóviles puedan estar intercambiando información adicional sin nuestro conocimiento deben tenerse en cuenta a la hora de adoptar una decisión al respecto.

Caso Práctico: En un Grupo de Trabajo en el que participas como moderador, se decide promover la lucha contra los talleres de reparación ilegales mediante la recomendación de acciones comunes por parte de los asociados frente a los talleres que no cumplan con los requisitos legales (p.ej., mediante la denegación del abastecimiento de piezas de recambio o inicio de acciones legales de forma coordinada). ¿Qué debes hacer?

Directriz: Debes informar de inmediato del contenido del correo electrónico al Responsable de Cumplimiento, quien registrará la incidencia y pondrá fin de inmediato al boicot en ciernes. Con independencia de que cada empresa asociada es libre de adoptar las medidas legales que considere oportunas para contra los talleres ilegales que perjudiquen su negocio, el boicot propuesto supondría una infracción muy grave de las normas de competencia.

6. Conclusión

ANFAC dedica una gran cantidad de tiempo y esfuerzo a su programa de cumplimiento de las leyes de defensa de la competencia por varias razones:

- Las sanciones por las infracciones de competencia son severas.
- Las investigaciones de las autoridades de competencia y las demandas de daños y perjuicios relacionadas con éstas son costosas y perjudican el negocio de nuestras marcas asociadas.
- Los problemas de competencia surgen de muchas formas variadas y, a veces, sutiles.

Las autoridades de competencia (en España, la CNMC) persiguen enérgicamente las conductas anticompetitivas y cooperan cada vez más entre ellas (en la UE, a través de la denominada *European Competition Network*). En este contexto, cualquier conducta o expresión que pueda ser malinterpretada, aunque no se haya infringido normativa de competencia alguna, puede provocar investigaciones o demandas muy onerosas.

Lo que hacemos hoy será evaluado dentro de unos años de manera retrospectiva, por lo que es esencial permanecer alerta para evitar acciones o circunstancias que pue-dan dar lugar a problemas de competencia. El objetivo de este Manual es identificar esos riesgos y consignar las directrices y recomendaciones de ANFAC para que se pueda evitar incluso la apariencia de una conducta inapropiada. Y si necesitas orientaciones adicionales ponemos a tu disposición un Responsable de Cumplimiento para resolver cualquier duda relacionada con en este Manual.

El cumplimiento de las leyes de defensa de la competencia es responsabilidad de todos. Cumple con tu responsabilidad y trabaja en estrecha colaboración con el Responsable de Cumplimiento para lograr nuestros objetivos legítimos, siempre dentro de la ley.

ANEXO I

Consejos prácticos para los empleados y miembros asociados de ANFAC

SI	NO
<p>Sí recuerde que las empresas deben tomar sus propias decisiones de manera individual, sin discutir con sus competidores cómo ofrecer o vender sus productos o servicios, o a qué precio o en qué condiciones.</p> <p>Sí evite todo tipo de intercambios de información relevante entre competidores y otros miembros de la asociación, dentro o fuera del marco de ésta, sea por escrito, oralmente o a través de acciones no verbales.</p>	<p>NO trate temas o acuerde acciones con sus competidores en el marco de la asociación o fuera de ésta, independientemente de si es verbalmente, por escrito o a través de cualquier acción no verbal, en relación con:</p> <ul style="list-style-type: none">- cartera de clientes, cartera de proveedores u otros competidores, o respecto a la individualización de alguno de ellos;- precios vigentes o futuros, políticas de precios o método de cálculo de éstos, o períodos de cambios de precios y políticas de descuentos;- costo presente de productos o servicios, o estimaciones de costos futuros, o bien, márgenes presentes o estimaciones futuras de los mismos;- cualquier condición comercial de compra o venta (condiciones de crédito, de pago, descuentos, cobro de servicios o términos para la entrega de productos);- presupuestos de productos, componentes, repuestos y servicios;- productos o servicios ofrecidos, o propuestas o participación en licitaciones.
<p>Sí participe en reuniones de la Asociación en las que, en todo momento, los temas de discusión y debate sean de naturaleza pro-competitiva, como por ejemplo, mejoras en normas de seguridad o adopción de códigos de seguridad, cambios de los estándares técnicos existentes o adopción de leyes y regulaciones.</p>	<p>NO participe en reuniones de la Asociación u otras reuniones entre competidores que tengan la intención explícita de limitar la competencia en el mercado, o cuyos efectos afecten la competencia en éste.</p>
	<p>NO sostenga comunicaciones con sus competidores –ya sea de tipo formal o informal, en horarios de oficina o fuera de este horario– sobre información estratégica de su empresa.</p>
<p>Sí defina previamente qué empleados de la empresa pueden participar en las reuniones de la asociación, evitando en lo posible que aquéllos que trabajan directamente en áreas de comercialización o ventas asistan.</p> <p>Cuando éstos asistan, Sí es aconsejable que vayan acompañados del asesor jurídico de la empresa.</p>	
<p>Sí solicite y conozca anticipadamente la agenda y temas de toda reunión de la Asociación, ya sea reuniones ampliadas o de comités o comisiones, y Sí asista solamente a aquellas que cubran temas apropiados para tratar con competidores.</p>	<p>NO asista ni participe en reuniones de la Asociación, o en otras reuniones entre competidores, si no sabe de antemano cuál es el objeto de la reunión ni qué temas se pretenden abordar.</p>
<p>Sí objete inmediatamente, si en el transcurso de una</p>	<p>NO prosiga con una conversación o comunicación con</p>

<p>reunión o evento de la Asociación surgen temas de discusión sobre información relevante o que conlleve o pueda conllevar efectos anticompetitivos.</p> <p>Sí manifieste clara y expresamente las razones de su objeción y, en caso que la conducta prosiga, abandone inmediatamente la reunión, haciendo notar por alguna vía lo más fehaciente posible que usted está dejando el lugar o pidiendo expresamente que quede constancia o registro de ello en actas.</p> <p>Sí comunique al asesor legal de su empresa lo ocurrido y/o manifieste su disconformidad por escrito a la Asociación, dejando copia de esta comunicación en sus registros.</p>	<p>cualquier competidor si él inicia una discusión o pide su opinión respecto de temas potencialmente anticompetitivos.</p> <p>NO permita que su silencio lleve a que otros infieran o asuman su consentimiento, acuerdo y/o participación respecto de declaraciones o acciones o conductas anticompetitivas.</p>
<p>Sí tome notas personales de los temas discutidos y acuerdos alcanzados en las reuniones y sesiones de la Asociación a las que asista, para futuras referencias.</p> <p>Sí guarde copias de las agendas, actas, materiales entregados y minutas de todas las reuniones de la Asociación, así como de todo intercambio de correspondencia con ésta, a fin de que esté disponible en caso de ser solicitada por el área legal de su empresa o la Autoridad de competencia.</p>	
<p>Sí utilice la información remitida por su Asociación que promueva fines legítimos y pro-competitivos. En caso contrario, Sí informe a los asesores legales de la empresa y/o comuníquese por escrito con la Asociación, explicando los motivos por los que su empresa no está interesada en recibir ese tipo de información, y guarde una copia de esta comunicación en sus registros.</p>	<p>NO solicite información provista por la Asociación que involucre información comercial sensible de los asociados, y en caso de recibirla, NO la utilice.</p>
<p>Sí utilice información provista por su Asociación, elaborada por ella o por terceros a su nombre, cuando:</p> <ul style="list-style-type: none"> - presente datos <i>generales</i> de la industria o considere análisis de estos, sin referirse a competidores o empresas individuales; - se refiera a información <i>histórica</i>, presentada como promedios o rangos, sin identificar a ninguno de los asociados; - considere cualquier información de dominio <i>público</i> (y no <i>confidencial</i>), debidamente sistematizada. 	
<p>Sí proporcione información a su Asociación, en la medida que ésta haya sido evaluada por los asesores legales de su empresa, o como regla general, se refiera a datos históricos de la empresa, en la forma más agregada posible, sin hacer mención de datos estratégicos comerciales.</p>	<p>NO proporcione ninguna información a su Asociación o a terceras partes en nombre de ésta (por ejemplo, consultores), sin que este requerimiento de información haya sido evaluado por los asesores legales de la empresa. Como regla general, NO entregue a la Asociación (o a terceros en su representación) información sobre temas comerciales o datos estratégicos.</p>
	<p>NO participe en estudios de mercado, encuestas o ejercicios comparativos que lleve a cabo la Asociación (o terceros en su nombre), que por su diseño permita individualizar a los informantes y, por esta vía, tanto su información como la de sus competidores que participan</p>

	en el estudio, pueda ser identificada.
Sí utilice respecto de terceras partes, como por ejemplo empresas consultoras, los mismos principios generales que rigen su relación con la Asociación y otros competidores, en particular en lo que respecta a compartir información y otros tipos de comunicaciones.	NO utilice terceras partes (por ejemplo, consultores o proveedores) para transmitir información a sus competidores, si ésta no puede ser comunicada directamente sin resultar impropia o ilegal.
Sí proponga y promueva el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de libre competencia en el seno de la Asociación, en particular mediante la autoevaluación continua de sus propias actuaciones.	

Fuente: *Material de Promoción no. 2 de la FNE, agosto 2011 (en www.fne.gob.cl) y elaboración propia*

ANEXO II

Instrucciones en el caso de sorpresa (“dawn raid”) de la Comisión Europea y/o la CNMC

OBLIGACIONES DE RECEPCIONISTA:

Al llegar los inspectores:

Si se presentan en la oficina una o varias personas que se identifican como funcionarios de la Comisión Europea, de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) o de una autoridad autonómica de defensa de la competencia, observe las siguientes directrices:

Debe:

- ✓ Avisar inmediatamente a la **dirección general** de ANFAC y al Responsable de cumplimiento:
Teléfonos de contacto:
Dirección general: T. 913431340 / M. 601.057.930 / E. jose.lopeztafall@anfac.com
 - Responsable de Cumplimiento: Responsable del Área Jurídica: T. 91.343.13.43 / M. 699.85.82.48/ E. diego.carril@anfac.com
- ✓ Solicitar a los inspectores:
 - Copia de la autorización o mandamiento de instrucción escrita de los inspectores. En caso de que no hubieran traído preparada esta copia, hacer la copia en recepción o comunicar al Responsable de Cumplimiento que no disponen de dicha copia, para su gestión posterior mediante los interlocutores de los inspectores.
 - Las identificaciones correspondientes. En caso de que no hubieran traído copia de sus identificaciones, sacar copia de las mismas.
 - Sugerirles, educadamente, que esperen en una sala de reuniones –en la que no haya ningún documento confidencial ni personas ajenas a la empresa /asociación– hasta que llegue el asesor interno correspondiente. Es recomendable que sea a la mayor brevedad posible. No debe transcurrir más de 30 minutos y a ser posible menos tiempo aún.
- ✓ En caso de que los inspectores hagan preguntas, remitirse al Responsable de Cumplimiento y evitar responder a los inspectores, salvo con las debidas formalidades de cortesía.

En ningún caso debe:

- ✗ Impedir que los inspectores entren en las dependencias de ANFAC o en alguna de las oficinas sin razón justificada.
- ✗ Avisar de que está siendo objeto de una inspección a otras asociaciones o empresas.
- ✗ Destruir u ocultar algún documento físico o electrónico.
- ✗ Levantar precintos fijados por la Autoridad en salas, despachos, carpetas, armarios, ...

DESCRIPCIÓN DE OBLIGACIONES DEL RESPONSABLE DE CUMPLIMIENTO O ASESOR INTERNO INTERLOCUTOR

El Responsable de Cumplimiento y demás personas encargadas de la interlocución con los inspectores:

Deben:

- ✓ Asegurarse de que se ha hecho lo necesario para que en caso que se produzca una investigación por parte de la Comisión Europea y/o la Autoridad Nacional de Competencia se avise inmediatamente a Asesoría Jurídica.
- ✓ Solicitar la orden o mandato que autoriza la investigación y llevar a cabo una primera verificación.
- ✓ Enviar por fax o por e-mail copia de la autorización al máximo responsable de la empresa / asociación y a los abogados internos / externos de la misma, en su caso.
- ✓ En caso de que lo considere necesario, ponerse en contacto con los asesores legales externos.
- ✓ En su caso, informar a los inspectores de que la asociación va a solicitar asistencia de asesores externos durante la inspección y solicitar que aplacen brevemente el comienzo de la inspección hasta que hayan llegado los asesores legales externos.

Y antes de la investigación:

- ✓ Proporcionar una sala de reuniones para los inspectores, preferiblemente lejos de las oficinas de los empleados.
- ✓ Comprobar la orden o mandato para verificar el asunto, objeto de la investigación y la validez de la orden o mandato y comprobar que el equipo de inspección cumple con los términos de la orden o mandato.
- ✓ Asegurarse de que los inspectores estén acompañados en todo momento por un representante de la asociación o empresa asociada pertinente o por un abogado de Asesoría Jurídica [o por los asesores legales externos].
- ✓ Tratar sobre la forma de búsqueda con el responsable del equipo de inspección.
- ✓ Organizar el apoyo del personal informático si el equipo de inspección desea inspeccionar documentos electrónicos.
- ✓ Organizar el apoyo de secretaría y ayuda para hacer fotocopias.
- ✓ Hacer dos copias de todos los documentos (físicos o electrónicos) que se faciliten a los inspectores.
- ✓ Informar al personal relevante de la existencia de la inspección y de la necesidad de mantenerla en secreto. Explicar a los empleados la importancia de cooperar con las autoridades.

Durante la inspección:

- ✓ La persona encargada de acompañar a cada inspector deberá tomar notas sobre todo lo que ocurra durante la inspección (oficinas registradas, preguntas realizadas, documentos solicitados, posibles incidentes, etc.) y, en particular:
 - Llevar un registro de los archivos que se revisan;
 - Comprobar que los archivos/documentos tienen relación con la investigación;
 - Comprobar que los documentos no están protegidos por privilegio jurídico;
 - Guardar copia de los documentos que se lleven o fotocopien los investigadores;
 - Hacer una lista de los ordenadores que han sido investigados y de las palabras de búsquedas empleadas;
 - Hacer llegar sus preocupaciones al responsable del equipo de inspectores a través del representante de la empresa.
 - Asegurarse de que si se hace una copia de un disco duro, dicho disco duro estará protegido.
 - Organizar que haya una persona designada que anote todas las preguntas de los inspectores y las respuestas que reciben en el transcurso de la investigación.
- ✓ Los asesores jurídicos deberán:

- Colaborar con los interlocutores internos durante toda la inspección y acompañar en todo momento a los inspectores.
- Comprobar que la importancia, pertinencia para la investigación y confidencialidad de todos los documentos inspeccionados y aquellos que se llevan o fotocopian los investigadores. Si hay controversia sobre la importancia o confidencialidad de un documento, meterlo en un sobre para discutirlo al final de la sesión o de la inspección.
- Asegurarse de que los inspectores realizan todas las preguntas que precisen en presencia de miembros de Asesoría Jurídica y, en su caso, de los asesores jurídicos externos antes de contestar, cuidando que en ningún caso ello pueda suponer un impedimento u obstrucción a la labor inspectora.
- ✓ Durante la inspección asegurarse de que el responsable de la misma quede satisfecho de la cooperación que le ofrece la empresa.

Al final de la inspección

- ✓ Intentar resolver cualquier duda que quede sobre la importancia/confidencialidad de algunos documentos. Si no se puede llegar a un acuerdo, solicitar que se guarden en un sobre cerrado para poder seguir su tratamiento.
- ✓ Obtener una lista y copias de todos los documentos que se lleven o fotocopian los investigadores.
- ✓ El Responsable de Cumplimiento y en su caso, el asesor jurídico externo, deberá, una vez finalizada la inspección:
 - Solicitar a los inspectores una copia del informe de la inspección.
 - Asistir a la reunión de cierre de la investigación.
- ✓ En consulta, en su caso, con los asesores legales externos, la dirección general junto con el Responsable de Cumplimiento procederán a:
 - revisar todos los documentos;
 - considerar la necesidad de proporcionar más documentos o explicaciones sobre ellos a las autoridades;
 - identificar los secretos industriales;
 - considerar la oportunidad de emitir un comunicado de prensa o una ficha de preguntas y respuestas;
 - decidir los pasos a seguir a continuación;

En ningún caso debe:

- X Impedir que los inspectores entren en alguna de las oficinas sin razón justificada.
- X Avisar de que está siendo objeto de una inspección a otras asociaciones o empresas.
- X Destruir u ocultar algún documento físico o electrónico.
- X Levantar precintos fijados por la Autoridad en Salas, despachos, carpetas o armarios.

Durante el desarrollo de la inspección

EVITE

X

- Ser hostil u obstruir la inspección. Existe una obligación legal de colaborar con la inspección. Antes de negarse a facilitar un documento a los inspectores, consulte con el Responsable de Cumplimiento.
- Destruir u ocultar documentos, borrar correos o documentos electrónicos de su ordenador o impedir el acceso de los inspectores a algún despacho.
- Facilitar documentos o información que los inspectores no pidan expresamente.
- Responder a preguntas sobre actos realizados por la empresa / asociación o sus representantes, cuya respuesta pueda ser autoinculpatoria.
- Facilitar documentos preparados por o para los abogados externos de la empresa / asociación. Estos documentos están protegidos por el secreto profesional y entregárselos a los inspectores resulta por ello innecesario.
- Facilitar información que no esté relacionada con el objeto de la investigación (definido en la orden de autorización de la inspección).

PROCURE

- Pedir tiempo para consultar con el Responsable de Cumplimiento si los inspectores le exigen explicaciones o información sobre temas potencialmente sensibles y solicitar que el Responsable de Cumplimiento esté presente durante tales entrevistas.
- Solicitar una copia firmada del acta de inspección y consultar con el Responsable de Cumplimiento antes de firmarla.
- Consultar con el Responsable de Cumplimiento cualquier duda que le surja sobre los derechos u obligaciones de la asociación.

Fuente: *Linklaters, S.L.P.* y elaboración propia

Anexo III

Obligaciones de los empleados de ANFAC en relación con las solicitudes de información de las entidades y su tratamiento

- El anuncio de la realización de un estudio y la petición de colaboración con el mismo deberá hacerse siempre a través de la persona responsable de la empresa asociada que pertenezca a un Órgano Directivo, Comisión Estatutaria, Comité o Grupo de trabajo de ANFAC.
- Debe guardarse constancia de qué entidades han manifestado su disposición a cooperar y, eventualmente, cuáles lo han rechazado o planteado objeciones.
- La convocatoria deberá destacar las condiciones en las que se realizará el ejercicio, y especialmente las precauciones adoptadas que redunden en la confidencialidad de la información intercambiada.
- Se destacará que la recopilación y proceso de datos se realizará única y exclusivamente por personal de ANFAC.
- Los responsables de ANFAC que realicen funciones de recogida y tratamiento de información deberán firmar un acuerdo específico de confidencialidad por el que se comprometan a utilizar la información sólo a los efectos acordados (estaqueidad), no transmitirla a terceros fuera del ámbito de la organización que también participen en el estudio, así como a destruir la información correspondiente a cada asociado una vez finalice el período de estudio.
- Deberá guardarse una relación sistemática de todos los estudios o análisis en los que se haya solicitado a entidades asociadas la aportación de información potencialmente sensible.
- También deberá tenerse una relación de cualquier posible incidencia que haya podido existir al respecto (por ejemplo, si alguna de las entidades ha manifestado alguna cautela sobre el objeto o el desarrollo de la recopilación o sobre la posible filtración de los datos entregados).
- Es conveniente informar a las entidades que van a aportar información de cuáles serán los criterios de distribución del informe una vez concluya éste.
- En todo caso, la distribución o el acceso a los resultados del ejercicio deben realizarse en condiciones no discriminatorias, sin conceder, en principio, y salvo justificación específica, un estatus preferencial a las entidades asociadas a ANFAC.
- En aquellos casos en que pueda resultar especialmente adecuado garantizar una difusión lo más amplia y simétrica posible, la distribución podría asegurarse mediante la publicación del informe o de sus conclusiones en la Intranet de ANFAC.

Recuerde: La información solicitada a cada entidad asociada será *confidencial* y sólo podrá ser difundida a otras entidades asociadas o a terceros si dicha información no contiene datos estratégicos comerciales de empresas concretas.

Todo responsable de ANFAC que realice funciones de recogida y tratamiento de información deberá firmar nuestro acuerdo específico de confidencialidad. Regularice su situación de no haberlo firmado aún.

ANFAC
c./ Oquendo, 23. Planta 3
28006 – MADRID

Versión revisada y actualizada en junio de 2022