

## **Normas de conducta relativas a la competencia (Directiva relativa a la competencia)**

21 de junio de 2022

1.	Introducción .....	4
1.1.	¿Qué es el derecho sobre la competencia? .....	4
1.2.	Pautas relativas al derecho sobre la competencia e información complementaria.....	5
2.	Prevención de la violación de la ley antimonopolio.....	5
2.1.	Acuerdos de restricción a la competencia y prácticas concertadas.....	6
2.1.1	Restricciones horizontales .....	6
2.1.1.1	Acuerdos sobre precios o condiciones de entrega con competidores actuales o potenciales (los llamados acuerdos horizontales).....	6
2.1.1.2	Acuerdos de reparto del mercado con competidores actuales o potenciales.....	7
2.1.1.3	Boicots.....	7
2.1.1.4	Asociaciones comerciales .....	8
2.1.1.5	Empresas conjuntas (Joint Ventures).....	8
2.1.1.6	Acuerdos concertados.....	8
2.1.1.7	Intercambio de información .....	9
2.1.2	Acuerdos verticales .....	10
2.1.2.1	Precios de reventa de distribuidores .....	10
2.1.2.2	Protección territorial/exclusividad .....	11
2.1.2.3	Cláusula sobre la competencia .....	12
2.1.2.4	Patentes, derechos de autor, conocimientos técnicos o marcas registradas .....	12
2.2.	Prohibición del abuso de una posición dominante .....	12
2.2.1	Discriminación/condiciones de venta diferentes.....	13
2.2.2	Obstaculización de competidores.....	13
2.2.2.1	Compromisos de compra exclusivos .....	13
2.2.2.2	Descuentos por fidelidad y reducciones que tengan un efecto comparable .....	13
2.2.2.3	Precios dumping .....	14
2.2.2.4	Tying.....	14
2.2.2.5	Bundling .....	14
2.2.2.6	Cláusulas inglesas .....	15
2.2.2.7	Negativa al suministro .....	15
2.2.2.8	Discriminación geográfica de precios.....	16
2.3.	Prohibición del abuso de una posición como empresa con poder relativo de mercado .....	16
2.3.1	Discriminación/condiciones de venta diferentes.....	17
2.3.2	Descuentos por fidelidad y reducciones que tengan un efecto comparable.....	17
2.3.3	Tying .....	18
2.3.4	Negativa al suministro.....	18
2.3.5	Rescisión de contratos .....	19

2.3.6	Discriminación geográfica de precios .....	19
3.	Procedimiento en caso de que se sospeche una infracción de la ley antimonopolio.....	19
4.	Investigaciones antimonopolio.....	21
5.	Competencia desleal.....	21
6.	Entrada en vigor .....	22
	<b>Anexo 1: Modelo de hoja informativa en caso de registro domiciliario – Recepción .....</b>	<b>23</b>
	<b>Anexo 2: Modelo de hoja informativa en caso de registro domiciliario – Gestión .....</b>	<b>25</b>
	<b>Anexo 3: Directrices para los empleados en registros domiciliarios .....</b>	<b>29</b>

## 1. Introducción

### 1.1. ¿Qué es el derecho sobre la competencia?

Arbonia AG y las empresas pertenecientes a su grupo (en lo sucesivo denominadas conjuntamente «Arbonia», o «empresa del grupo» en el caso de que sea una empresa individual del grupo) se comprometen en su código de conducta a llevar una conducta justa y basada en el mérito en lo relativo a la competencia y a no participar en prácticas competitivas ilegales ni en infringir los acuerdos antimonopolio.

El derecho sobre la competencia de un país es aplicable si se produce una infracción de la competencia en dicho país, incluso si la violación se inicia en el extranjero. Como consorcio activo a nivel mundial, Arbonia tiene la obligación y el objetivo de cumplir todas las leyes y reglamentos nacionales e internacionales pertinentes relacionados con el derecho sobre la competencia.

En el contexto de la compleja legislación y jurisprudencia relacionada con el derecho sobre la competencia, esta directiva tiene como objetivo reforzar aún más la comprensión del derecho sobre la competencia entre todos los empleados de Arbonia y proporcionar consejos y recomendaciones específicas para garantizar una conducta adecuada en el trabajo diario. Los empleados deben ser capaces de reconocer o cuestionar críticamente las situaciones problemáticas desde el punto de vista del derecho sobre la competencia y tomar las medidas necesarias.

Para ello, es esencial que en tales casos se informe e implique inmediatamente a la dirección responsable y al departamento jurídico de Arbonia. Esto se aplica en particular a todos los acuerdos celebrados con competidores actuales o potenciales y/o a los acuerdos de suministro y compra a largo plazo con clientes y/o proveedores. No obstante, también se deben examinar otros tipos de acuerdos con socios comerciales, como la cooperación en investigación y desarrollo, con el fin de asegurarse de que su validez esté amparada por el derecho sobre la competencia.

La competencia empresarial es el motor de nuestra economía nacional y, por tanto, el requisito previo para el crecimiento, el empleo y la prosperidad. La ley antimonopolio desempeña un papel importante en la protección de la competencia. La ley antimonopolio prohíbe las restricciones irrazonables a la competencia, como la fijación de precios o el reparto del mercado entre competidores, así como cualquier tipo de abuso de posición dominante.

Cada empresa del grupo debe comprobar siempre por sí misma si su comportamiento es compatible con la ley antimonopolio. No siempre es fácil realizar una valoración de este tipo. Incluso las conductas concertadas o las conversaciones informales que tengan por objeto o efecto restringir la competencia ya se consideran ilegales. Incluso debe evitarse la apariencia de querer llevar a cabo tales actividades conspirativas.

## **1.2. Pautas relativas al derecho sobre la competencia e información complementaria**

La responsabilidad del cumplimiento del derecho sobre la competencia recae en cada empleado.

En caso de duda, hay que dirigirse al respectivo supervisor o director de cumplimiento normativo. Además, se deberá comunicar cualquier comportamiento relevante relacionado con el derecho sobre la competencia que se observe.

*Todos los empleados de Arbonia deben respetar el derecho sobre la competencia en cualquier lugar del mundo. Cada empleado es responsable del cumplimiento de la normativa aplicable en materia de competencia. Cualquier infracción que se produzca podrá ser sancionada por Arbonia. Los empleados que incurran en alguna infracción podrán ser objeto de despido procedente e incluso podrán recibir sanciones administrativas, penales y disciplinarias. En ciertos casos, Arbonia se reservará el derecho de eximir de responsabilidad al empleado infractor.*

Mediante un sistema de avisos funcional (véanse también las Indicaciones de denuncia de irregularidades) y la sensibilización de los empleados sobre cuestiones relevantes para el derecho sobre la competencia, deben excluirse o reducirse las desventajas para Arbonia y sus empleados (véase el punto 2), deben notificarse e investigarse todos los incidentes críticos relativos al derecho sobre la competencia y, en el caso de que se lleve a cabo una investigación en virtud del derecho sobre la competencia, deben adoptarse las medidas adecuadas (véanse las secciones 3 y 4).

## **2. Prevención de la violación de la ley antimonopolio**

Cualquier infracción que se produzca de la ley antimonopolio puede tener graves consecuencias para Arbonia y sus empleados. Las infracciones de la ley antimonopolio serán castigadas con elevadas multas, que suelen ir seguidas de considerables reclamaciones por daños y perjuicios. Además, las violaciones de la ley antimonopolio conducen a la invalidez de contratos y, en última instancia, dañan la integridad y la credibilidad de Arbonia y/o de la empresa del grupo en cuestión ante los clientes y el público. En algunos países, la violación de la ley antimonopolio también puede dar lugar a sanciones penales (por ejemplo, penas de prisión). Por esta razón, es importante evitar cualquier acuerdo o práctica concertada que restrinja la competencia (véase el punto 2.1), así como cualquier tipo de abuso de posición dominante (véase el punto 2.2) o de posición de empresa con poder relativo (véase el punto 2.3).

Los siguientes principios deben tenerse en cuenta a la hora de realizar cualquier contacto comercial:

## 2.1. Acuerdos de restricción a la competencia y prácticas concertadas

Todos los tipos de acuerdos, así como las prácticas concertadas de empresas del mismo o distinto nivel de mercado que tengan por objeto o efecto restringir la competencia, se consideran ilegales de acuerdo con la ley antimonopolio.

En este sentido, además de los acuerdos escritos, también se incluyen en el ámbito de aplicación de la ley antimonopolio, los acuerdos verbales y las denominadas prácticas concertadas, es decir, la cooperación consciente o meramente intencionada entre empresas individuales que, aunque todavía no constituya la celebración de un acuerdo real, sustituye conscientemente la cooperación práctica por una competencia que entraña riesgos.

### 2.1.1 Restricciones horizontales

Las restricciones horizontales son acuerdos o prácticas concertadas entre empresas que operan en el mismo nivel comercial, por ejemplo, acuerdos entre competidores o competidores potenciales (rivales); por ejemplo, acuerdos sobre precios, cantidades o territorios.

#### 2.1.1.1 Acuerdos sobre precios o condiciones de entrega con competidores actuales o potenciales (los llamados acuerdos horizontales)



#### **Se prohíbe:**

- fijar directa o indirectamente los precios de venta o de compra;
- decidir conjuntamente aumentos o reducciones de precios o coordinarlos de cualquier otra forma;
- establecer conjuntamente unos precios mínimos o fijos o una determinada horquilla de precios;
- determinar conjuntamente las cantidades de producción, compra o entrega o acordar reducciones y aumentos;
- acordar conjuntamente rebajas, descuentos u otras condiciones de entrega o medidas relacionadas con el precio (por ejemplo, condiciones de pago, plazos de crédito, intereses de demora y alcance de las garantías);
- intercambiar información relativa a costes o precios (por ejemplo, información sobre precios, rebajas, descuentos, condiciones de crédito, cifras de ventas, listas de clientes u otros factores de coste importantes);
- acuerdos de compra con competidores, especialmente si los suministros en cuestión representan un elemento de coste importante.

- ✓ **Después de haber consultado al director de cumplimiento normativo suele estar permitido:**
  - crear y utilizar herramientas comunes de fijación de precios, siempre que la herramienta de fijación de precios se utilice por razones que favorezcan la competencia de acuerdo con las normas de la Comisión de Competencia sobre herramientas de fijación de precios y no se intercambien condiciones de fijación de precios o aspectos de fijación de costes y/o precios.
  
- ✓ **Se permite:**
  - la búsqueda unilateral e independiente de las tarifas actuales de los competidores («*rate shopping*»), por ejemplo, a través de Internet u observando las tarifas publicadas sin llegar a entablar ningún intercambio con los competidores. Es necesario señalar que la información fue encontrada y registrada sin haber entablado ningún intercambio con los competidores.
  - aceptar información no solicitada de los clientes sobre las tarifas de los competidores si no se investiga sistemáticamente. Es necesario señalar que la información fue facilitada por un cliente sin que se le haya solicitado.

#### 2.1.1.2 Acuerdos de reparto del mercado con competidores actuales o potenciales

- ✗ **Se prohíbe:**
  - establecer o asignar mercados con respecto a determinados territorios geográficos, productos, clientes o fuentes de suministro;
  - fijar cuotas de producción, compras o ventas;
  - acordar cláusulas de no competencia.

#### 2.1.1.3 Boicots

- ✗ **Se prohíbe:**
  - entrar en acuerdos para no realizar entregas a determinados clientes y no comprar mercancías a determinados proveedores;
  - entrar en acuerdos para supeditar la entrega o la compra de bienes a determinadas condiciones.

## 2.1.1.4 Asociaciones comerciales



### **Se prohíbe:**

- intercambiar información directa o indirectamente sobre precios, descuentos, condiciones de entrega, márgenes de beneficio, estructuras de costes, volúmenes de producción, fijación de precios, prácticas de marketing y ventas, territorios de suministro, proveedores, clientes, etc. en eventos de asociaciones comerciales.



### **Se permite:**

- afiliarse a una asociación comercial en la que se reúnan los competidores;
- ponerse de acuerdo en el seno de una asociación comercial sobre solicitudes y peticiones conjuntas, asuntos reglamentarios y cuestiones comparables;
- recopilar y poner a disposición material estadístico en la medida en que se refiera a cifras históricas recopiladas por un organismo independiente y publicadas de forma agregada.

## 2.1.1.5 Empresas conjuntas (Joint Ventures)

En el caso de acuerdos entre competidores que se refieran a la formación de una empresa conjunta (por ejemplo, en el caso de empresas conjuntas de I+D, producción o ventas, etc.), deberá obtenerse siempre la aprobación del director de cumplimiento normativo con la suficiente anticipación.

## 2.1.1.6 Acuerdos concertados

Los acuerdos concertados entre competidores están prohibidos tanto por la ley antimonopolio como por la ley de adquisición de contratos y también pueden dar lugar a reclamaciones por daños y perjuicios en virtud del derecho civil.



### **Se prohíbe:**

- intercambiar de manera anticipada con otros competidores el contenido y las condiciones de las ofertas (precios, condiciones de venta, etc.);
- entrar en acuerdos directos o indirectos sobre la adjudicación del contrato;
- enviar aparentes ofertas definitivas a los competidores pero que en realidad son ofertas ficticias;
- acordar precios en el periodo previo a la presentación de ofertas y durante las rondas de licitación;
- crear consorcios ficticios por los que se hacen ofertas cuando en realidad la adjudicación ya está determinada internamente;



- establecer oficinas de registro en las que cualquier interesado pueda inscribirse y en donde sea obvio a quién se va a adjudicar el contrato;
- establecer mecanismos de asignación que determinen a qué competidor se adjudica el contrato, cuándo y en qué condiciones;
- en caso de tener una posición dominante en el mercado, ofrecer precios de dumping (precios por debajo del coste de adquisición);
- influir en los responsables de adjudicar las licitaciones mediante regalos o beneficios inapropiados;
- celebrar acuerdos con competidores para participar en una licitación con una oferta ficticia;
- retirarse de una licitación pública con la condición de que un competidor le compense por dicha retirada;
- informar a los competidores de si Arbonia participa en una licitación;
- preguntar a los competidores si participan en una licitación.



### **Se permite:**

- formar consorcios y presentar una oferta conjunta como consorcio, siempre que el consorcio se dé a conocer al cliente y la formación del consorcio permita a las empresas presentar en primer lugar una oferta o si la oferta del consorcio es claramente mejor de lo que serían las ofertas individuales de las empresas;
- invitar a cualquier mayorista a participar en un concurso público sin fijar los precios del mayorista ni coordinar las ofertas del mayorista.

#### 2.1.1.7 Intercambio de información

El intercambio de información sensible acerca de la competencia entre competidores es inadmisibles. La información sensible acerca de la competencia son informaciones no públicas que una empresa normalmente no revelaría a sus competidores porque podría influir en una decisión o estrategia comercial de sus competidores. La siguiente información se considera sensible desde el punto de vista de la competencia y no puede compartirse con los competidores:

- precios (por ejemplo, precios y descuentos actuales, aumentos de precios previstos, reducciones de precios y rebajas), condiciones de compra u otras condiciones comerciales.
- clientes, proveedores, mercados o territorios
- costes de producción, cantidades producidas, capacidades, volumen de negocio, cifras de ventas o parámetros de calidad;
- planes de marketing, estrategias de ventas o evaluación de riesgos de mercado

- ofertas previstas o presentadas, incluida la información sobre la participación en una licitación;
- tecnologías, programas de I+D y sus resultados, y otras inversiones, así como;
- cualquier otra información que pueda dar a un competidor una ventaja competitiva.

En caso de que reciba información sensible acerca de la competencia de un competidor, informe inmediatamente a la dirección y/o al director de cumplimiento normativo. Alternativamente, también puede presentar una denuncia ante los organismos que se mencionan en las «Indicaciones de denuncia de irregularidades».

## 2.1.2 Acuerdos verticales

Los acuerdos verticales son contratos entre empresas que operan a distintos niveles de producción y distribución. Los socios contractuales no suelen ser competidores, sino distribuidores, clientes, licenciatarios, licenciantes y proveedores. El tratamiento de los acuerdos verticales puede variar en función de la legislación aplicable, por ejemplo, determinadas categorías de acuerdos verticales no infringen la legislación europea sobre competencia si entran en el ámbito de aplicación del correspondiente reglamento de exención por categorías, mientras que el mismo tipo de acuerdos puede no estar permitido en otra jurisdicción.

### 2.1.2.1 Precios de reventa de distribuidores

#### ✘ **Se prohíbe (para el fabricante):**

- fijar o especificar, directa o indirectamente, los precios de reventa de los distribuidores o concesionarios en listas, catálogos, anuncios, folletos, hojas de pedido, presupuestos o de cualquier otra forma parecida;
- exigir a los distribuidores que cumplan con el precio de venta recomendado;
- terminar o amenazar con terminar una relación comercial con un distribuidor por negarse a aplicar los precios de venta recomendados;
- impedir que los distribuidores ofrezcan descuentos y condiciones preferentes;
- proporcionar a los distribuidores instrucciones o fórmulas para calcular los precios;
- predeterminar el margen de beneficios del distribuidor;
- establecer límites de precios de venta fijos o mínimos;
- acordar cláusulas de nación más favorecida que prohíban a los distribuidores conceder condiciones de compra más favorables a otros compradores que las propias;

- coordinar la política de precios con el distribuidor en función de la situación del mercado;
- controlar sistemáticamente los precios de reventa del distribuidor.



### **Se permite:**

- proponer una recomendación de precio no vinculante para la reventa de bienes, siempre que no se recurra a la coacción directa o indirecta (por ejemplo, mediante la concesión de descuentos) ni a otras medidas (por ejemplo, la visualización automática de la recomendación de precio en el sistema de caja registradora del comerciante) para imponer la recomendación y que dicha recomendación no tenga el efecto de una fijación de precios de facto en el mercado;
- establecer precios máximos de reventa, siempre que dichos precios máximos no tengan el efecto de facto de precios fijos o mínimos.

#### 2.1.2.2 Protección territorial/exclusividad



### **Se prohíbe:**

- imponer prohibiciones a la exportación;
- ordenar que los distribuidores de fuera de la zona de exclusividad acordada no pueden abastecerse de forma pasiva (es decir, a petición del cliente situado fuera de la zona de exclusividad);
- prohibir a un distribuidor que suministre los productos a otros canales de distribución previa solicitud;
- celebrar acuerdos de suministro exclusivos que prevean entregas exclusivamente a un cliente específico sin la aprobación expresa del director de cumplimiento normativo;
- rechazar pedidos de comerciantes que exportan los productos (ventas pasivas) alegando restricciones territoriales;
- prohibir a un distribuidor la publicidad en Internet o la distribución por Internet.



### **Se permite:**

- conceder derechos exclusivos de distribución, compra, franquicia o licencia en un territorio determinado;
- prohibir una política activa de ventas fuera del territorio de exclusividad si la cuota de mercado de la empresa del grupo es inferior al 30 % y no se prohíbe la publicidad y distribución en Internet;

- informar al socio comercial sobre las diferencias que afectan a la aceptación del producto en otros países o comunicar los requisitos legales existentes en otros países;
- limitar temporalmente la cantidad de mercancías que se venderán a un socio comercial debido a problemas de capacidad justificados.

### 2.1.2.3 Cláusula sobre la competencia

#### ✘ **Se prohíbe:**

- prohibir a un distribuidor o licenciataria la fabricación y venta de productos competidores durante la vigencia del acuerdo por tiempo indefinido o por un periodo superior a 5 años desde el inicio del acuerdo;
- prohibir a un distribuidor o licenciataria fabricar y vender productos competidores tras la rescisión del acuerdo (la denominada cláusula de no competencia poscontractual).

#### ✔ **Se permite:**

- prohibir a un distribuidor o licenciataria fabricar y vender productos competidores durante la vigencia del acuerdo, hasta un máximo de 5 años, siempre que la cuota de mercado no supere el 30 %.

### 2.1.2.4 Patentes, derechos de autor, conocimientos técnicos o marcas registradas

#### ✘ **Se prohíbe:**

- firmar un acuerdo de licencia de patentes, derechos de autor, conocimientos técnicos o marcas comerciales sin la autorización expresa del director de cumplimiento normativo;
- prohibir al socio comercial impugnar la validez de la patente licenciada;
- fijar el precio que el licenciataria cobra por su producto;
- celebrar acuerdos con otros titulares de patentes sobre las tasas cobradas por patentes competidoras.

## 2.2. Prohibición del abuso de una posición dominante

Se prohíbe a una empresa dominante utilizar su poder de mercado de forma injusta y discriminatoria. La posición dominante y las consecuencias asociadas deben evaluarse siempre en el contexto de estas instrucciones si la cuota de mercado de una empresa en un mercado concreto supera el 40 %.

Para determinar la cuota de mercado es necesario definir el mercado de referencia en términos de producto, geografía y tiempo. Por lo general, los productos pertenecen al mismo mercado de productos (mercado de referencia) si, por parte de la contraparte del mercado, pueden ser intercambiables (sustituibles) desde un punto de vista razonable. El mercado geográfico de referencia se define como la zona en la que prevalecen condiciones de competencia iguales o comparables. Un mercado de estas características puede estar formado, por ejemplo, por uno, varios o todos los Estados miembros de la UE/AELC y Suiza, aunque también por regiones concretas de estos países.

En caso de que exista una posición dominante reconocida, se deberán seguir las siguientes instrucciones obligatorias:

## 2.2.1 Discriminación/condiciones de venta diferentes

✘

### **Se prohíbe:**

- como empresa dominante, conceder condiciones de venta (precios, descuentos) o comerciales diferentes entre socios comerciales similares (distribuidores, clientes o proveedores) que actúen en las mismas condiciones.

## 2.2.2 Obstaculización de competidores

### 2.2.2.1 Compromisos de compra exclusivos

✘

### **Se prohíbe:**

- como empresa dominante, bloquear en gran medida el acceso de los competidores a los clientes o distribuidores mediante compromisos de compra exclusivos.

### 2.2.2.2 Descuentos por fidelidad y reducciones que tengan un efecto comparable

✘

### **Se prohíbe:**

- como empresa dominante, conceder descuentos a un cliente con la condición de que este compre sus necesidades exclusivamente al proveedor dominante (los denominados descuentos por exclusividad o descuentos por fidelidad);
- como empresa dominante, otorgar descuentos de ventas globales que generen un efecto de llamada a favor de la empresa dominante y que provoquen la venta de productos en diferentes mercados;
- como empresa dominante, conceder descuentos por objetivos que se adapten individualmente al volumen de ventas de un cliente o proveedor específico;

- como empresa dominante, conceder descuentos por volumen en determinadas categorías de productos sin la autorización expresa del director de cumplimiento normativo;
- como empresa dominante, conceder, sin la autorización expresa del director de cumplimiento normativo, descuentos de venta en determinadas categorías de productos que se establezcan en base a una indicación previa en cuanto a la cantidad del pedido.

## 2.2.2.3 Precios dumping

### ✘ **Se prohíbe:**

- como empresa dominante, cobrar precios por debajo del coste de adquisición;
- como empresa dominante, ofrecer deliberadamente productos o servicios por debajo del precio de coste.

## 2.2.2.4 Tying

### ✘ **Se prohíbe:**

- condicionar el suministro de un producto dominante a la obligación de adquirir otro producto o de celebrar un contrato de servicios;
- como empresa dominante, exigir a un cliente la compra de una gama completa de productos, incluidos los accesorios, sin la autorización expresa del director de cumplimiento normativo;
- como empresa dominante, exigir a un cliente que celebre un contrato de servicios por razones de seguridad del producto sin la autorización expresa del director de cumplimiento normativo.

### ✔ **Se permite:**

- exigir en los acuerdos de licencia la adquisición de materiales y herramientas especiales que sean objetivamente necesarias para un uso técnicamente satisfactorio de la licencia.

## 2.2.2.5 Bundling

### ✘ **Se prohíbe:**

- agrupar estratégicamente un producto dominante con otro u otros productos con el único fin de eliminar competidores;
- fijar un precio abusivo para un grupo de productos.



## **Se permite:**

- como empresa dominante, agrupar dos o más productos siempre que ello esté justificado en razones científicas sólidas;
- agrupar productos que formen parte de un sistema interrelacionado y que sea necesario desde un punto de vista objetivo.

### 2.2.2.6 Cláusulas inglesas



## **Se prohíbe:**

- como empresa dominante, acordar una de las llamadas «cláusulas inglesas». De acuerdo con esta cláusula, se concede al socio contractual de la empresa dominante la oportunidad de comprar productos de un competidor, siempre que haya informado previamente a la empresa dominante sobre el nombre del competidor, la cantidad comprada y el precio acordado.



## **Se permite:**

- acordar prórrogas automáticas de los contratos, siempre que la rescisión sea posible.

### 2.2.2.7 Negativa al suministro



## **Se prohíbe:**

- como empresa dominante, negarse a suministrar a un cliente que cumpla los mismos requisitos que otros clientes a los que se suministra;
- como empresa dominante, restringir de forma diferente el suministro a clientes similares sin justificación objetiva;
- como empresa dominante, negarse a celebrar un contrato o a rescindir un contrato existente sin justificación fáctica para rechazar las relaciones comerciales.



## **Se permite:**

- negarse a suministrar a clientes nuevos o antiguos por motivos comerciales que sean razonables y demostrables;
- negarse a suministrar a un nuevo cliente por falta de capacidad.

## 2.2.2.8 Discriminación geográfica de precios



### **Se prohíbe:**

- como empresa dominante, restringir la posibilidad de que los clientes adquieran bienes o servicios que se ofrecen en Suiza y en el extranjero a los precios del mercado local y bajo las condiciones habituales existentes en dichas industrias.



### **Se permite:**

- exigir a los clientes que recojan ellos mismos la mercancía en el extranjero si desean adquirirla bajo las condiciones extranjeras.

## **2.3. Prohibición del abuso de una posición como empresa con poder relativo de mercado**

Se prohíbe a una empresa con poder relativo de mercado obstaculizar o perjudicar a otras empresas o consumidores que dependan de la empresa con poder de mercado para el suministro o la demanda, por ejemplo mediante condiciones discriminatorias, precios predatorios, regímenes especiales de descuento, denegación de acceso a derechos de propiedad intelectual, rescisión de contratos o denegación de solicitudes comerciales que no estén objetivamente justificadas, etc.

Se considera que una empresa tiene un poder relativo de mercado cuando otras empresas dependen de ella para el suministro o la demanda de un bien o servicio de tal manera que no existan posibilidades suficientes y razonables de cambiar a otras empresas.

El concepto de poder relativo de mercado pretende proteger a los consumidores y proveedores en el caso de que dependan de proveedores o consumidores con poder de mercado. Se pueden diferenciar, en particular, los siguientes grupos de casos de dependencias (lista no exhaustiva):

- Dependencia relacionada con la gama: productos de stock obligatorio sin los cuales un concesionario no puede competir (productos con una posición destacada), piezas de recambio originales, actualizaciones de software, etc.
- Dependencia relacionada con la empresa: dependencia de una empresa, por ejemplo, debido a unos costes de cambio prohibitivos, y/o si el comprador se compromete con un determinado socio contractual durante un periodo de tiempo más largo y que, en caso de denegación unilateral del suministro, ya no pueda cambiar a otros proveedores.
- Poder relativo del comprador: el proveedor depende de un comprador fuerte (por ejemplo, un proveedor o un abastecedor de grandes cadenas minoristas/mayoristas).
- Dependencia de la plataforma o de los datos: dependencia que tiene una empresa sobre el acceso a la plataforma o a los datos de otra empresa.



- Dependencia por escasez: obligación de entrega no discriminatoria en caso de escasez general (por ejemplo, durante una crisis de petróleo o, si se diera el caso, una escasez general de microchips).

Las empresas con un poder relativo de mercado deben demostrar razones objetivas para mostrar un trato desigual a clientes o proveedores similares, por ejemplo, en materia de precios, descuentos, rescisión de relaciones de suministro o compra u operaciones de vinculación (de lo contrario, son inadmisibles).

La evaluación se realiza en cada caso concreto en función de las relaciones de dependencia existentes entre dos empresas con respecto a productos o servicios específicos. De esta manera, una empresa puede, por ejemplo, tener un poder relativo frente al socio comercial 1 y no frente al socio comercial 2, por lo que únicamente tiene un poder relativo frente al socio comercial 1 con respecto al producto A, pero no con respecto al producto B.

En caso de que exista una posición dominante reconocida, se deberán seguir las siguientes instrucciones obligatorias:

## Obstaculización de empresas dependientes

### 2.3.1 Discriminación/condiciones de venta diferentes



#### **Se prohíbe:**

- tratar de forma diferente a socios comerciales similares (por ejemplo, clientes o proveedores) que actúen en las mismas condiciones (por ejemplo, precios, descuentos o términos y condiciones diferentes).



#### **Se permite:**

- conceder a los distribuidores condiciones de venta diferentes (descuentos), siempre que estas empresas presten servicios especiales que no ofrecen otros distribuidores o se encuentren en niveles de mercado diferentes (mayorista-minorista).

### 2.3.2 Descuentos por fidelidad y reducciones que tengan un efecto comparable



#### **Se prohíbe:**

- como empresa con poder relativo de mercado, conceder descuentos a un cliente dependiente con la condición de que este compre sus necesidades exclusivamente al proveedor con poder relativo de mercado (los denominados descuentos por fidelidad);



## **Se permite:**

- conceder descuentos por volumen en determinadas categorías de productos;
- conceder descuentos de venta en determinadas categorías de productos que se establezcan en base a una indicación previa en cuanto a la cantidad del pedido.

### 2.3.3 Tying



## **Se prohíbe:**

- como empresa con poder relativo de mercado, condicionar el suministro de un producto a una empresa dependiente a la obligación de adquirir otro producto o celebrar un contrato de servicios.



## **Se permite:**

- exigir al cliente que compre una gama completa de productos, incluidos los accesorios;
- exigir a un cliente que celebre un contrato de servicio por razones de seguridad del producto;
- exigir en los acuerdos de licencia la adquisición de materiales y herramientas especiales que sean necesarias para un uso técnicamente satisfactorio de la licencia.

### 2.3.4 Negativa al suministro



## **Se prohíbe:**

- como empresa con poder relativo de mercado, negarse a suministrar a un cliente dependiente que cumpla los mismos requisitos que otros clientes a los que se suministra;
- como empresa con poder relativo de mercado, restringir o interrumpir el suministro de clientes dependientes sin justificación objetiva.



## **Se permite:**

- negarse a suministrar a clientes nuevos o antiguos por motivos comerciales que sean razonables y demostrables;
- negarse a suministrar a un nuevo cliente por falta de capacidad.

## 2.3.5 Rescisión de contratos



### **Se prohíbe:**

- como empresa con poder relativo de mercado, rescindir contratos con clientes dependientes sin previo aviso razonable si la parte contractual (cliente o proveedor) no puede cambiar de proveedor o cliente a corto plazo.



### **Se permite:**

- rescindir contratos con empresas dependientes sin previo aviso por motivos importantes (por ejemplo, incumplimiento grave del contrato por parte del socio contractual);
- rescindir contratos con empresas dependientes si existe la posibilidad de que la parte contratante pueda cambiar de proveedor o cliente una vez transcurrido el correspondiente período de preaviso.

## 2.3.6 Discriminación geográfica de precios



### **Se prohíbe:**

- como empresa con poder relativo de mercado, restringir la posibilidad de que los clientes dependientes adquieran bienes o servicios que se ofrecen en Suiza y en el extranjero a los precios del mercado local y bajo las condiciones habituales existentes en dichas industrias.



### **Se permite:**

- exigir a los clientes que recojan ellos mismos la mercancía en el extranjero si desean adquirirla bajo las condiciones extranjeras.

## **3. Procedimiento en caso de que se sospeche una infracción de la ley antimonopolio**

Los empleados que encuentren indicios de que se estén llevando a cabo violaciones de la ley antimonopolio deberán informar de ello de manera inmediata. Se deberá informar a la dirección y/o al director de cumplimiento normativo, o bien se deberá dirigir la denuncia a los organismos que se mencionan en las «Indicaciones de denuncia de irregularidades». Todos los empleados deben ayudar a garantizar a que se investiguen las actuaciones sospechosas y, en caso necesario, a que se puedan evitar o detener las infracciones.

## Otras normas de conducta para los empleados:

### Contactos comerciales con competidores actuales o potenciales:

Si en el transcurso de reuniones con competidores (contactos comerciales, eventos, ferias, etc.) se producen conversaciones con temas que puedan poner en entredicho la defensa de la ley antimonopolio, distánciese claramente del contenido de la conversación e insista en que se ponga fin a la misma. En caso de que se ignore dicha petición, abandone la reunión inmediatamente y anote lo ocurrido. A continuación, comunique el incidente al director de cumplimiento normativo y entréguele las anotaciones que ha hecho de la reunión.

**Atención:** en el caso de conversaciones que violen la ley antimonopolio, no basta con mostrar una posición pasiva en la conversación. En estos casos, la empresa también será considerada como infractora de la ley antimonopolio. Por lo tanto, en su trabajo diario, asegúrese de que el comportamiento en el mercado no se vea influido por contactos informales con competidores actuales o potenciales. Asegúrese básicamente de que los contactos comerciales con los competidores tengan siempre un motivo concreto y que el propósito de la reunión esté determinado de antemano (agenda).

### Correspondencia comercial:

Asegúrese de utilizar siempre un lenguaje claro y sin ambigüedades al utilizar correspondencia comercial. Esto se aplica en particular cuando se utilizan correos electrónicos, en los que normalmente se presta menos atención a la exactitud de la redacción que en otras formas de correspondencia. Evite frases ambiguas como: «*Debido a la elevada presión de los costes en nuestro sector, vamos a subir los precios un ...% a principios del año que viene*», lo cual puede dar la impresión de que conocemos los costes de nuestros competidores. La siguiente redacción no supondría un problema: «*Debido al aumento de nuestros costes, aumentaremos nuestros precios un ...% a principios de año*».

En cuanto a las cuestiones relacionadas con los precios, evite frases como: «*armonización, alineación, coordinación, etc.*». Tales declaraciones podrían interpretarse en el sentido de que o bien ya se ha producido un acuerdo con los competidores o al menos se han hecho intentos en este sentido.

Si es posible, evite afirmaciones que puedan dar la impresión de que su empresa no tiene competencia en un mercado (por ejemplo, «*somos el líder indiscutible del mercado*»).

Rechace explícitamente por escrito la información confidencial que haya recibido de los competidores de manera intencional o accidental.

## 4. Investigaciones antimonopolio

Las autoridades de la competencia tienen la posibilidad de ordenar registros domiciliarios (sin previo aviso) en las empresas si existen sospechas de que se han cometido violaciones de la ley antimonopolio. Es decir, están autorizados a registrar los locales y las instalaciones, exigir la inspección de documentos y registros, hacer copias de documentos, ordenar incautaciones y realizar entrevistas al personal. En caso de que se efectúe un registro domiciliario en una empresa del grupo, los empleados de la empresa del grupo en cuestión deberán cumplir las siguientes instrucciones y luego seguir los pasos de acuerdo con las instrucciones de conducta locales elaboradas para la empresa del grupo en cuestión sobre la base de las hojas de modelo para la recepción (anexo 1) y la gestión (anexo 2).

## 5. Competencia desleal

Mientras que la ley antimonopolio pretende proteger a la competencia (o a los competidores, proveedores y consumidores) de las restricciones a la competencia, la ley de lealtad comercial pretende proteger a todos los participantes del mercado (competidores, clientes, consumidores, etc.) de la competencia desleal. Todas las empresas del grupo y los empleados de Arbonia están obligados a cumplir en sus actividades las disposiciones aplicables de la respectiva legislación en materia de competencia desleal. Por «competencia desleal» se entienden las conductas ilícitas o engañosas capaces de influir en la relación entre los distintos participantes del mercado, así como otras leyes aplicables a nivel nacional que protejan la competencia leal.

También se considera desleal discriminar a los clientes finales en el comercio en línea en función de la nacionalidad, el lugar de residencia, la localización de sus negocios, la ubicación de su proveedor de servicios de pago o el lugar de emisión de sus medios de pago en lo que respecta al precio o las condiciones de pago sin justificación objetiva, bloquear o restringir el acceso a un portal en línea; o redirigir al cliente final a una versión del portal en línea distinta de la visitada inicialmente sin su consentimiento.

Ejemplos de conducta desleal son:

- influir de manera inadmisiblesobre el cliente (por ejemplo, mediante ofertas «señuelo» por debajo del precio de coste, engañar al cliente a través de información engañosa sobre los productos, usar métodos de venta agresivos que afecten a la libertad de elección del cliente, etc.).
- desprestigiar a un competidor (por ejemplo, en la publicidad)
- usar información engañosa sobre los propios productos en el contexto publicitario
- explotar o usar un servicio de terceros para fines propios
- crear un riesgo de confusión con productos de otros proveedores

- practicar un bloqueo geográfico injustificado y otras formas de discriminación (precio, condiciones de pago, etc.) por motivos de nacionalidad, lugar de residencia, localización, ubicación de su proveedor de servicios de pago o lugar de emisión de los medios de pago en el comercio en línea, concretamente al acceder a interfaces de usuario en línea de todo tipo (sitios web, tiendas web, etc.)

## 6. Entrada en vigor

Esta directiva entra en vigor de manera inmediata y sustituye a la directiva relativa a la competencia del 24 de enero de 2014.

Arbon, 21/06/2022

Arbonia AG



Alexander von Witzleben  
Presidente del consejo de administración



Andrea Wickart  
Director de cumplimiento normativo / Secretario general

## Anexo 1: Modelo de hoja informativa en caso de registro domiciliario – Recepción

- 1. Preguntar a las autoridades por el motivo de la visita. *Mantener la calma y mostrarse imparcial, no obstaculizar el registro domiciliario bajo ningún concepto y respetar los demás puntos:*
- 2. Informar de inmediato a la dirección y/o al director de cumplimiento normativo:
  - CEO de la división: [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono].
  - Dirección: [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono].
  - Director de cumplimiento normativo: [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono].

*En caso de que estas personas no estén presentes o no puedan ser localizadas, se deberá informar de inmediato al representante de mayor rango de la empresa que esté presente. Para ello, contactar in situ con una de las siguientes personas (en este orden):*

- [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono], cargo
- [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono], cargo
- [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono], cargo

- 3. Pedir a las autoridades presentes que muestren la orden de registro.
- 4. La orden de registro debe ser recibida y copiada/escaneada.
- 5. Solicitar a las autoridades presentes que se identifiquen y escanear o fotocopiar sus identificaciones.
- 6. Anotar el cargo de todas las autoridades presentes.
- 7. La copia de la orden de registro, así como la información sobre las autoridades presentes (*información de acuerdo con los puntos 4, 5 y 6*) debe remitirse a la dirección, al director de cumplimiento normativo y al abogado externo (véanse los datos de contacto en el punto 2).
- 8. Facilitar a las autoridades presentes una sala de reuniones en la que no haya archivos ni otros medios de acceso a documentos, con la petición de que esperen allí la llegada de las personas a las que se han avisado previamente para su recepción y, si es posible, también la llegada del abogado externo con el que se ha contactado la dirección/director de cumplimiento normativo.

*En caso de que las autoridades presentes se nieguen a esperar la llegada de la dirección (por ejemplo, porque la gerencia no se encuentra en las instalaciones) y desean llevar a*

cabo un registro domiciliario de inmediato, deberá solicitar la presencia del empleado de mayor rango que esté presente según lo especificado en el punto 2 para que las autoridades puedan iniciar el registro domiciliario sin demora. Esta persona tiene que encargarse de manejar la situación de acuerdo con la «**Hoja informativa en caso de registro domiciliario – Gestión**».

En general (y para todos los empleados):

- ¡Nunca intentar destruir, ocultar o apartar documentos!
- No hay obligación de ayudar activamente con la búsqueda. No obstante, las preguntas que realicen durante un registro las autoridades de la competencia sobre documentos o hechos deberán responderse con veracidad. Facilite solo información sobre hechos de los que tenga conocimiento cierto y evite las especulaciones.
- El registro domiciliario debe tratarse de forma confidencial. Informe únicamente a las personas arriba indicadas.



## Anexo 2: Modelo de hoja informativa en caso de registro domiciliario – Gestión

### I. Inicio del registro en las instalaciones

*En general (y para todos los empleados):*

- *¡Nunca intentar destruir, ocultar o apartar documentos!*
- *No hay obligación de ayudar activamente con la búsqueda. No obstante, las preguntas que realicen durante un registro las autoridades de la competencia sobre documentos o hechos deberán responderse con veracidad. Facilite solo información sobre hechos de los que tenga conocimiento cierto y evite las especulaciones.*

- 1. Preguntar a las autoridades por el motivo de la visita.  
*Mantener la calma y mostrarse imparcial, no obstaculizar el registro domiciliario bajo ningún concepto.*  
*Nunca intentar destruir, ocultar o apartar documentos.*
- 2. En necesario estudiarse la orden de registro para comprender el objeto y el alcance del registro.
  - *La orden debe indicar el motivo del registro domiciliario y la autoridad que lo realiza (autoridad estatal de la competencia o Comisión Europea).*
  - *La orden de registro debe especificar qué locales se van a registrar y qué pruebas se van a buscar.*

*Únicamente si se conoce el contenido exacto de la orden de registro se podrá comprobar si las autoridades están realizando el registro de acuerdo con los poderes que les otorga la orden de registro.*
- 3. Las siguientes personas deben ser informadas de inmediato:
  - CEO de la división: [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono].
  - Director de cumplimiento normativo: [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono].
  - Si dichas personas no han podido ser localizadas: Dirección: [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono].
  - [El abogado externo competente designado para cada empresa],

Para la dirección de división (se debe informar a una de las siguientes personas):

- [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono], cargo
- [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono], cargo
- [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono], cargo

Para la persona responsable de TI (se debe informar a una de las siguientes personas):

- [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono], cargo
- [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono], cargo
- [nombre, apellidos, correo electrónico, número de teléfono], cargo

- 4. La información que se haya recopilado sobre las autoridades presentes en el momento de la recepción (*información conforme a los puntos 4, 5 y 6 «**Hoja informativa en caso de registro domiciliario – Recepción**»*) deberá remitirse a la dirección y al director de cumplimiento normativo (véanse los datos de contacto en el punto 3).
- 5. En consulta con el director de cumplimiento normativo (si no está disponible: en consulta con la dirección de división, si tampoco está disponible: en consulta con la gerencia) se contratará lo antes posible a un abogado externo con experiencia en procedimientos legales en materia de competencia (véanse los datos de contacto en el punto 3).

Además, debe aclararse si también se está llevando a cabo un registro domiciliario en otras sedes de la empresa al mismo tiempo (registro paralelo) (véanse los datos de contacto en el punto 3).

- 6. Se deberá habilitar a las autoridades presentes una sala de trabajo con fotocopidora (o la sala de reuniones y fotocopidora que el encargado de la recepción haya habilitado a las autoridades presentes) para que puedan realizar el posterior registro.
- 7. A cada miembro del equipo encargado de realizar el registro se le debe designar un empleado de la empresa para que le acompañe durante todo el registro domiciliario: los empleados designados deben llevar un registro detallado de las actuaciones del miembro de la autoridad al que acompañan (datos personales de los funcionarios a los que acompañan, procedimiento de las autoridades, documentos vistos, documentos incautados, archivos electrónicos incautados o copiados, preguntas formuladas, información facilitada, etc.).

## II. Durante el registro domiciliario en la empresa

En general (y para todos los empleados):

- o *¡Nunca intentar destruir, ocultar o apartar documentos!*
- o *No hay obligación de ayudar activamente con la búsqueda. No obstante, las preguntas que realicen durante un registro las autoridades de la competencia sobre documentos o hechos deberán responderse con veracidad. Facilite solo información sobre hechos de los que tenga conocimiento cierto y evite las especulaciones.*

- 8. Es necesario formar un «equipo especializado en el derecho sobre la competencia» que coordine/acompañe el posterior desarrollo del registro domiciliario por parte de la empresa y que, además, coordine la comunicación interna y externa que pueda haber.

El «equipo especializado en el derecho sobre la competencia» debe incluir:

- a) *Representante de la dirección de división*
  - b) *Representante de la gerencia*
  - c) *Representante del departamento de cumplimiento normativo*
  - d) *Representante del departamento de TI*
  - e) *Abogado externo*
  - f) *Head of Corporate Communications*
- 9. El equipo especializado en el derecho sobre la competencia debe evaluar lo antes posible si se debe establecer en la autoridad de la competencia competente un marcador para una autodelación.
  - 10. Se deberá asignar a un miembro del equipo especializado en el derecho sobre la competencia para que las autoridades y los empleados de la empresa afectada tengan un punto central de contacto e información durante el tiempo que dure el proceso del registro domiciliario.
  - 11. Al inicio de la investigación, se debe pedir a los agentes que confirmen que todos los documentos e información facilitados serán tratados confidencialmente, salvo que se especifique lo contrario. La confirmación de los agentes deberá constar por escrito.
  - 12. Se harán copias de todos los documentos que se lleven los agentes. Los agentes deberán proporcionar su propia lista firmada de los documentos que han copiado. Compruebe que la lista esté correcta.
  - 13. Los empleados de la empresa afectada deben ser informados e instruidos sobre cómo proceder durante el registro domiciliario.

En caso necesario, Corporate Communications emitirá un comunicado externo/comunicado de prensa adicional.

- 14. *El precintado como derecho de la empresa:*  
Se puede solicitar un precintado en consulta con el director de cumplimiento normativo o a través del abogado externo responsable.  
*Los registros y objetos que, según la empresa, no pueden ser registrados o incautados debido al derecho a negarse a declarar o testificar o por otras razones, serán precintados a petición de la empresa y no podrán ser inspeccionados o utilizados por las autoridades judiciales hasta que la ley no ordene lo contrario.*

*El precintado debe solicitarse de inmediato y en el mismo momento en el que se produzca el registro, ya que, más adelante, por ejemplo cuando se estén revisando los documentos, no se podrá solicitar.*

### **III. Finalización del registro domiciliario – Protocolo de ejecución**

- 15. Recepción y verificación del protocolo de ejecución:
  - *La normativa aplicable establece que a las personas que se han visto directamente afectadas (lo que incluye a la empresa en la que se ha llevado a cabo un registro domiciliario) se les entregue una copia de la orden de registro domiciliario, así como un protocolo de ejecución.*
  - *Si en un registro domiciliario se incautan documentos u otros objetos, el protocolo de ejecución deberá contener una lista de los documentos y objetos que se hayan incautado. Este protocolo de ejecución debe ser preciso y detallado, además, debe estar firmado por la empresa propietaria de las instalaciones en donde se ha llevado a cabo el registro.*
  - *Posteriormente, los empleados que acompañaron a los distintos miembros del equipo que realizó el registro domiciliario deberán elaborar por su cuenta su propio protocolo. Estos protocolos elaborados por los diferentes empleados deberán compararse con el protocolo de la autoridad.*

### **IV. Después del registro domiciliario – Reunión informativa**

- 16. Inmediatamente después del registro domiciliario, el equipo especializado en el derecho sobre la competencia deberá celebrar una reunión.
- 17. Se deberá recopilar la información facilitada por los miembros de las autoridades en el marco del registro domiciliario (orden de registro domiciliario, protocolo de ejecución), así como los protocolos de los empleados y otros documentos e información.
- 18. Además, se entrevistará a los empleados acerca de la investigación.

**Después de haber realizado la reunión de información, la empresa tiene que analizar la situación con más detalle y determinar el curso de las actuaciones a seguir.**

## Anexo 3: Directrices para los empleados en registros domiciliarios

Las autoridades de la competencia, las fuerzas del orden u otras autoridades pueden realizar registros domiciliarios sin previo aviso en Arbonia.

Durante un registro domiciliario los agentes pueden registrar locales comerciales, inspeccionar y copiar documentos y registros, incautarse de documentos y registros originales e interrogar a los empleados. En caso de registro domiciliario, las autoridades tienen derecho a entrar en todas las oficinas, acceder a todas las contraseñas, abrir todas las habitaciones y compartimentos (por ejemplo, armarios, cajas fuertes), registrar todos los datos electrónicos y hacer copias completas; en caso de impedimento, tienen el derecho de llamar a la policía.

En caso de registro domiciliario todos los empleados deberán seguir las siguientes normas:

### QUÉ HACER

- Mantener la calma y controlar la situación.
- Tratar a los funcionarios con respeto y cortesía.
- Informar de inmediato a su superior y colaborar con nuestro servicio jurídico y abogados externos.
- Leer con detenimiento la orden de registro oficial si los agentes insisten en iniciar el registro.
- Abrir todas las oficinas, salas y cajas fuertes que los agentes soliciten.
- Permitir a los agentes el acceso a los ordenadores y teléfonos móviles que soliciten.

### QUÉ NO HACER

- NO molestar ni impedir que los agentes hagan su trabajo.
- NO ocultar ni destruir documentos o registros, ni borrar archivos o correos electrónicos.
- NO romper ninguno de los precintos oficiales colocados por los agentes.
- NO firmar ningún documento que entreguen los agentes sin que antes lo hayan revisado los abogados.
- NO hablar con los agentes sobre el contenido del caso en ausencia de los abogados, responder solo a preguntas generales y fácticas. En caso de preguntas complejas pedir tiempo para dar una respuesta por escrito o en un momento posterior.
- NO hacer suposiciones ni especulaciones y NO expresar opiniones personales.
- NO dar información sobre cosas que no se sepan o no se recuerden con exactitud.
- NO divulgar documentos o información que no haya sido solicitada.
- NO comunicarse con otras personas dentro o fuera de Arbonia sobre el registro domiciliario.
- ¡NO CONFESAR NADA!