

Cárteles

– CÓMO ACTUAR CON LOS COMPETIDORES

Cada empresa debe desarrollar su propia estrategia comercial y actuar con independencia de sus competidores, proveedores, clientes y partes interesadas.

Todo acuerdo o entendimiento entre competidores cuyo objetivo o efecto sea la restricción de la libre competencia está prohibido. Esto puede incluir acuerdos que:

- › Fijen precios u otras condiciones contractuales (p. ej., garantías, condiciones de pago, etc.);
- › Limiten la libertad de otros agentes del mercado para competir (p. ej., limitando el acceso al mercado, el desarrollo o la inversión);
- › Asignen clientes, mercados o fuentes de suministro.

No importa la forma del acuerdo, que no tiene que suscribirse por escrito ni formalizarse de ninguna otra forma. Incluso un simple intercambio oral de información puede ser considerado un cártel.

– SÍ

- ✓ – Obtener información sobre mercados y/o competidores de fuentes públicas independientes
- ✓ – Hablar sobre información general y pública del mercado y/o los competidores

– NO

✗ – Participes en acuerdos, debates o intercambios información comercial sensible (“información sensible”) con competidores sobre:

- › Precios, términos y condiciones de venta y compra, incluidas rebajas y descuentos
- › Márgenes, beneficios y costes
- › Cuotas de mercado
- › Volúmenes de ventas
- › Clientes (nombre, solvencia, condiciones de pago)
- › Información sobre ofertas de licitaciones

✗ – Acuerdes con competidores precios u otras condiciones comerciales para tus proveedores o clientes

✗ – Acuerdes con un competidor favorecer o eliminar a otro competidor

✗ – Acuerdes con un competidor no comerciar con ciertos proveedores o clientes

✗ – Acuerdes con un competidor compartir las ventas, productos, territorios, clientes o proveedores