

POLÍTICA CORPORATIVA DE COMPETENCIA



Índice

1. Introducción	1
2. Objetivo	2
3. Ámbito de aplicación	2
4. El Derecho de la Competencia: Concepto y regulación	3
5. Prácticas prohibidas por las normas de competencia	3
5.1 Conductas Horizontales	3
5.2 Conductas Verticales	6
5.3 Abuso de posición de dominio	8
5.4 Conductas desleales	9
6. Riesgos en el contexto de operaciones de fusión y adquisición de empresas	10
7. Consecuencias legales del incumplimiento de la normativa en materia de Derecho de la Competencia	10
8. Sanciones para el cumplimiento de las normas de competencia	11
9. Diligencia debida en la selección de Terceros	11
10. Comunicación de incumplimientos	12
11. Conocimiento y declaración de conformidad	12
12. Control, seguimiento y supervisión	13
12.1 Control y seguimiento	13
12.2 Supervisión por Auditoría Interna	13
13. Aprobación, entrada en vigor y actualización	13
Anexo I - Definiciones	17

NOTA: En el **Anexo I** se relacionan las definiciones de aquellos términos que se utilizan de manera frecuente en el presente documento y en las normas relacionadas que conforman el Sistema de Gestión de Compliance Penal de EL CORTE INGLÉS

1. Introducción

En el Grupo El Corte Inglés, tal como reflejan los principios recogidos en el Código Ético del Grupo, la honestidad, la responsabilidad y la integridad son valores que han de presidir cualquier actuación y/o negociación de sus empleados y directivos. En dicho Código Ético ya se prevé que tales valores empresariales constituyen la referencia que debe inspirar la conducta ética y responsable de los empleados y directivos del Grupo y supone por tanto la necesidad de que las operaciones comerciales, así como cualquier otra actividad, se realicen de forma honesta, íntegra, profesional y transparente. En concreto, esta Política desarrolla el apartado integridad, transparencia empresarial y competencia de nuestro Código Ético por el que el Grupo se compromete a realizar en sus empresas, por medio de sus empleados y directivos, las operaciones según los principios de la sana competencia y conforme a todas las normas y regulaciones aplicables.

El Grupo Corte Inglés, desde sus inicios, está comprometido con el cumplimiento de todas las leyes y normas en general, tanto nacionales como internacionales, de las jurisdicciones en las que desarrolla sus negocios y, especialmente, la normativa de competencia.

Es por ello que El Corte Inglés manifiesta, por acuerdo de su Consejo de Administración, y en desarrollo de lo ya establecido en su Código Ético, su voluntad de alinearse con las mejores prácticas en materia de cumplimiento de las normas de competencia, en especial las contenidas en la *Guía sobre los programas de cumplimiento en relación con las normas de defensa de la competencia* (en adelante la "Guía") de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, la "CNMC"), de 10 de junio de 2020.

En consecuencia, en ECI, la cultura de cumplimiento normativo está promovida e incentivada por el órgano de administración, que está implicado al máximo con el cumplimiento normativo en general y, en particular, con el cumplimiento del Derecho de la competencia.

La cultura de cumplimiento del Derecho de la competencia forma parte intrínseca de las políticas de gestión de la Organización, motivo por el cual el Grupo El Corte Inglés adopta la presente Política Corporativa de Competencia (en adelante, la Política), cuyo incumplimiento conllevará las correspondientes consecuencias disciplinarias (véase el apartado 10 de este documento).

A través de esta Política, el órgano de administración de El Corte Inglés, S.A. manifiesta que el cumplimiento del Derecho de la Competencia no es únicamente una obligación legal, sino

un elemento central de la cultura de la Organización y de la responsabilidad de ésta para con sus clientes y proveedores.

El Grupo El Corte Inglés no participa ni tolera ninguna forma de conducta que infrinja la normativa de competencia, y está comprometida con asegurar que, en el desarrollo de sus actividades, se cumpla con todas las leyes y resto de normas en materia de competencia.

2. Objetivo

Esta Política tiene el objetivo de establecer unos criterios básicos de actuación en materia de Competencia así como ofrecer una mejor comprensión acerca de qué es el Derecho de la Competencia y cuáles son las conductas que están prohibidas, todo ello para que se puedan prevenir, identificar y evitar cometer infracciones de dicha normativa.

Al ser de obligado cumplimiento para todos los empleados y directivos del Grupo El Corte Inglés se espera que todos los Miembros de la Organización (i) entiendan los principios básicos del Derecho de la competencia y su incidencia en la actividad de la Organización y en sus funciones diarias, (ii) eviten conductas que puedan infringir las normas de competencia y (iii) eventualmente, reporten por los canales habilitados para ello cualquier hecho que puedan detectar por parte de las políticas del Grupo o de sus empleados o directivos y que pudiera ser constitutivo de infracción de estas normas

3. Ámbito de aplicación

La presente Política es de obligado cumplimiento y de aplicación global a las sociedades que conforman el Grupo El Corte Inglés, en adelante “la Organización”, así como las participadas no integradas en el Grupo sobre las que ejerce un control efectivo. Los Miembros de la Organización deberán cumplir con su contenido, independientemente del cargo que ocupen y del territorio desde donde operen. También será de aplicación a los Socios de Negocio cuando desarrollen sus actividades en el Grupo.

Este compromiso debe formalizarse mediante i) toma de razón por parte de los Órganos de Administración de las empresas del Grupo que integran el perímetro de prevención penal de El Corte Inglés, S.A. y adhesiones expresas por los Órganos de Administración de las empresas del Grupo con perímetro de prevención penal propio, ii) declaraciones de conformidad con los principios en ellas desarrollados por parte de los miembros de la Organización, y iii) cláusulas específicas a incluir en los contratos para los Socios de Negocio.

En aquellas sociedades participadas en las que El Corte Inglés, S.A. no ejerza un control efectivo conforme a lo previsto en el artículo 42 del Código de Comercio, sus representantes en los Órganos de Gobierno de estas entidades promoverán la adhesión formal a esta Política

mediante decisión de sus Órganos de Administración u Órganos Directivos y cuando ello no fuera posible, impulsarán el alineamiento de las políticas de las entidades participadas con los principios y valores que rigen esta Política.

Estas adhesiones de los Órganos de Administración de las empresas del Grupo El Corte Inglés y sus participadas deben renovarse formalmente cuando se produzcan cambios significativos en esta Política, entendiéndose por éstos los que requieran una aprobación formal por parte del Consejo de Administración de El Corte Inglés, S.A.

Además, estas adhesiones y sus renovaciones deberán certificarse, cuando se formalicen, al Responsable de Cumplimiento Normativo y Control y Gestión de Riesgos del Grupo El Corte Inglés.

4. El Derecho de la Competencia: Concepto y regulación.

La defensa de la competencia es una rama del Derecho específicamente diseñada para preservar la libre competencia en todos los aspectos de las actividades económicas, evitando las restricciones a la misma con el fin de, en última instancia, proteger a los consumidores a través de la protección del proceso competitivo.

En España resulta de aplicación la legislación española en materia de defensa de la competencia (Ley 15/2007 de Defensa de la Competencia y Ley 3/2013 de Creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, junto con sus normas de desarrollo), así como la legislación de la Unión Europea de defensa de la competencia, comprendida fundamentalmente en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea y su legislación de desarrollo. Las normas europeas y españolas son muy similares y contienen fundamentalmente lo que se expone en esta Política.

5. Prácticas prohibidas por las normas de competencia

5.1 Conductas Horizontales

Existen ciertos tipos de acuerdos entre competidores (es decir, horizontales) que podrían generar eficiencias y, en última instancia, beneficiar a los consumidores. Este podría ser el caso, por ejemplo, de un acuerdo de compra conjunta o una colaboración en I+D, siempre y cuando se den determinadas circunstancias.

Ahora bien, existe otro tipo de acuerdos entre competidores que la normativa de competencia prohíbe por su objeto u efecto restrictivo de la competencia y cuya realización implica por tanto grandes riesgos. La prohibición de acuerdos restrictivos se aplica con independencia de la forma del acuerdo: la prohibición se aplica tanto a acuerdos formales (p. ej. acuerdo escrito) como informales o menos vinculantes o incluso

no vinculantes (p. ej. "pactos de caballeros", acuerdo de intenciones, acuerdos verbales, etc.).

Los acuerdos entre competidores que tengan por objeto o efecto restringir la competencia se encuentran estrictamente prohibidos. Así, están prohibidos, entre otros, los siguientes tipos de acuerdos entre competidores:

5.1.1 Fijación de precios

Los acuerdos entre competidores cuyo objeto o efecto sea fijar los precios o cualquier otro tipo de condición comercial, están estrictamente prohibidos.

Por lo tanto, en la práctica, en el ámbito de las empresas del Grupo El Corte Inglés y sus competidores están **estrictamente prohibidas** las siguientes conductas, entre otras:

- a) Fijar precios mínimos o precios fijos, márgenes, descuentos, rapeles, crédito, términos de pago, etc.;
- b) Coordinarse para incrementar o disminuir precios, incluso indirectamente a través de sus proveedores;
- c) Comentar acerca de precios en general, incluso tendencias;
- d) Realizar solicitudes o aceptar información de precios;
- e) Asistir a reuniones en las que se comenten precios;
- f) Comentar acerca de estrategias que permitan subir los precios;
- g) Comentar o coordinarse acerca de cómo trasladar al mercado un determinado incremento de costes;
- h) Comentar o coordinarse acerca de los precios a ofrecer a clientes.

La política de precios y de condiciones comerciales que aplica el Grupo debe fijarse siempre de manera **unilateral**.

5.1.2 Reparto de clientes o territorios

Los acuerdos entre competidores que tengan como objeto o efecto el reparto del mercado están estrictamente prohibidos. Este tipo de acuerdos pueden darse, entre otros, de distintas maneras:

- a) Reparto geográfico del mercado: las partes del acuerdo se asignan determinados territorios, comprometiéndose a no operar en las zonas reservadas o asignadas a la otra;
- b) Reparto del mercado de producto: las partes asignan los productos/servicios que cada una podrá ofrecer en el mercado,

renunciando a comercializar aquellos productos/servicios que no les hayan sido asignados;

- c) Reparto de clientes: las partes asignan los clientes que podrá atender cada una de ellas, renunciando a aquellos que no les hayan sido asignados.

Los pactos de no agresión, las amenazas, la señalización de conductas (p. ej. comunicaciones de intenciones de precios) están prohibidos. **Sin embargo, una decisión genuinamente unilateral de subir los precios, o de no vender un determinado producto o no prestar determinados servicios en un mercado geográfico particular o a un cliente o grupo de clientes, es legal.**

5.1.3 Colusión en licitaciones (públicas o privadas)

Los acuerdos entre potenciales competidores para manipular las ofertas en los procedimientos de licitación, ya sean públicos o privados, están prohibidos por la normativa de competencia y, en algunas jurisdicciones (por ejemplo, España) también pueden constituir un ilícito penal (en el caso de las subastas públicas). El mero intercambio entre competidores de información sensible desde el punto de vista competitivo (como ofertas, intenciones de oferta, etc.) antes de que se presenten las ofertas puede ser suficiente para establecer una presunción de que se ha producido una manipulación de licitaciones y, por tanto, una infracción de las normas de competencia.

5.1.4 Intercambios de Información

La normativa de competencia no sólo prohíbe que competidores pacten precios o se repartan clientes y/o territorios, sino que también prohíbe que empresas competidoras se intercambien información comercial sensible actual o futura entre ellas, incluso aunque no lleguen a ningún acuerdo. Dicho intercambio podría reducir la incertidumbre que debe existir en un mercado competitivo y podría afectar al comportamiento autónomo de las empresas, de manera que se coordinen las estrategias comerciales de éstas.

De esta manera, no se puede compartir con una empresa competidora información que ponga o permita poner al descubierto las estrategias comerciales que las empresas del Grupo El Corte Inglés adoptarán en el mercado. Está prohibido revelar/intercambiar/aceptar información con competidores que esté relacionada, especialmente y entre otros aspectos, con:

- a) Precios, descuentos, rebajas, costes (incluidos salarios), políticas de precios, anuncios sobre cambios o incrementos de precios, términos de crédito, etc.;
- b) Volúmenes de ventas, participación en licitaciones o condiciones relacionadas con clientes o proveedores;
- c) Planes comerciales, acuerdos específicos con clientes o proveedores, condiciones comerciales de compra o de venta.

Un único intercambio de este tipo de información, independientemente de si se llega o no a un acuerdo entre los competidores, se considera por las autoridades de competencia una infracción muy grave.

Adicionalmente, las autoridades de competencia suelen considerar los intercambios de información comercial como un indicio de la comisión de otras conductas prohibidas (p. ej. acuerdos de fijación de precios, colusión en licitaciones, etc.).

5.1.5 Participación en Asociaciones Sectoriales

Las asociaciones sectoriales pueden cumplir un importante rol en cuanto al diseño de la política y defensa de los intereses del sector y la representación de sus miembros frente a la Administración y la sociedad. No obstante, las asociaciones pueden ser también, eventualmente, fuente o foco de conductas restrictivas de la competencia en tanto en cuanto se trata, al fin y al cabo, de reuniones de empresas competidoras.

Por lo tanto, es importante tener muy claras las reglas, objeto de desarrollo en documento separado de la presente Política, a respetar en cuanto a la participación de las empresas del Grupo en asociaciones, todo ello para evitar incurrir en posibles infracciones de la normativa de competencia.

5.2 Conductas Verticales

Las conductas verticales se dan entre empresas que se encuentran en distintos niveles en la cadena de producción y comercialización (p. ej. entre un fabricante y un distribuidor, entre un distribuidor mayorista y un distribuidor minorista).

Las conductas más comunes y graves que se pueden dar en el marco de un acuerdo o relación vertical son las siguientes:

5.2.1 Fijación de Precios de Reventa

La fijación de los precios de reventa por parte del fabricante a los distribuidores es una conducta restrictiva de la competencia. Por ello, cuando las empresas del Grupo actúan como revendedor en sus relaciones con sus proveedores, el proveedor nunca debe fijar, directa o indirectamente, los precios a los que la Organización debe revender los productos adquiridos. Ello es así porque las empresas del Grupo ECI debe ser libres para establecer su propia estrategia comercial, incluyendo el precio de reventa de los productos.

5.2.2 Restricciones Territoriales/Restricciones de Clientes

Una restricción territorial o de clientes es aquella limitación impuesta al distribuidor respecto de los territorios y/o clientes a los que el cliente/distribuidor puede vender los productos. Dentro del Espacio Económico Europeo, el principio general es que cualquier restricción a la reventa de productos está prohibida.

5.2.3 Obligaciones de no competencia (marca única)

Bajo ciertas circunstancias, es lícito que un proveedor prohíba a un distribuidor vender un producto competidor. Sin embargo, se deben tener en cuenta las siguientes **precauciones**:

- a) La obligación puede tener una duración máxima de 5 años, pudiendo renovarse tácitamente más allá de dicho período de 5 años, siempre que el distribuidor pueda renegociar o rescindir de forma efectiva el contrato de distribución (mediando un preaviso en un plazo razonable y a un coste razonable).
- b) Si la obligación de no competencia es post-contractual (una vez finalizado el contrato):
 - i. La prohibición sólo puede tener una duración máxima de 1 año;
 - ii. La prohibición debe ser necesaria para proteger el know-how cedido durante la vida del contrato;
 - iii. La prohibición debe limitarse a los locales del distribuidor.

5.2.4 Obligaciones de suministro exclusivo

Bajo ciertas circunstancias, es posible prohibir a un proveedor del Grupo (por ejemplo, de equipamiento) vender su producto a un competidor. Sin embargo, se deben tener en cuenta las siguientes precauciones:

- a) Si la cuota de mercado tanto de la empresa del Grupo como de su proveedor es inferior al 30%, este tipo de obligación de suministro

exclusivo será generalmente compatible con el Derecho de la competencia, con independencia de su duración;

- b) Si alguna de estas cuotas de mercado es superior al 30%, es necesario un análisis más detallado de la situación;
- c) En cualquier caso, debe consultarse a la Dirección de Asuntos Jurídicos antes de suscribir una obligación de suministro exclusivo para determinar su compatibilidad con el Derecho de la competencia.

5.3 Abuso de posición de dominio

La posición de dominio no está prohibida, sólo su abuso lo está.

Se exige una mayor responsabilidad a la empresa en posición de dominio: una misma conducta puede ser abusiva si la empresa está en posición dominante y, por el contrario, lícita si no lo está. Es decir, las empresas en posición de dominio no pueden llevar a cabo conductas que sí pueden hacer las demás empresas.

Una empresa tiene posición de dominio en un mercado cuando en el desarrollo de su estrategia comercial puede actuar de manera independiente, sin tener en cuenta a sus competidores, empresas proveedoras o clientes.

Para valorar si una empresa tiene posición de dominio, primero se debe definir el mercado relevante en el que opera la empresa, en términos de mercado de producto o servicio (qué otros productos o servicios ejercen una presión competitiva significativa sobre el producto o servicio que se analiza) y mercado geográfico (área donde las condiciones de competencia son suficientemente homogéneas). Como regla general, un producto pertenece a un mercado específico si es "razonablemente intercambiable" con otros, tanto desde el punto de vista de la demanda como, sobre todo, de la oferta.

Una vez definido el mercado relevante, para valorar si se dispone una posición de dominio, el factor más relevante es la cuota de mercado. Si bien es un factor importante, éste no es el único. Otros factores a tener en cuenta son el número de competidores y sus cuotas de mercado, barreras de entrada al mercado, cómo de dinámico es el mercado (entrada y expansión de competidores) y el poder de negociación de la demanda.

Por debajo del 40% de cuota de mercado es poco probable que exista una posición de dominio (si bien a partir del 30%-35% puede ser recomendable analizar en detalle si se tiene o no tal posición).

Si una empresa tuviera una posición de dominio en un mercado en particular, ciertas actividades unilaterales, que de otro modo podrían considerarse prácticas comerciales

perfectamente lícitas, podrían ser consideradas un abuso y, en consecuencia, estar prohibidas.

5.4 Conductas desleales

Las normas españolas de competencia (no así las de la Unión Europea) prohíben un tercer tipo de conductas, además de los acuerdos anticompetitivos (horizontales o verticales) y el abuso de posición de dominio: los actos de competencia desleal que por falsear la libre competencia afecten al interés público.

Se considera desleal todo comportamiento que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe. Son ejemplos de actos de competencia desleal los actos de engaño, de confusión, de denigración, etc.

Los actos desleales sin más son perseguibles conforme a la Ley de Competencia Desleal ante los Juzgados de lo Mercantil. Sin embargo, si por la entidad o alcance que revistan, además de ser desleales, falsean la libre competencia, se convierten en infracciones de la Ley de Defensa de la Competencia y pueden ser perseguibles por la CNMC.

El Grupo debe evitar incurrir en actos que puedan considerarse desleales y contrarios a la libre competencia.

Son actos de competencia desleal:

- a) Los actos de engaño;
- b) Los actos de confusión;
- c) Las omisiones engañosas;
- d) Las prácticas agresivas;
- e) Los actos de denigración;
- f) Los actos de comparación en determinadas circunstancias;
- g) Los actos de imitación en determinadas circunstancias;
- h) La explotación de la reputación ajena;
- i) La violación de secretos empresariales;
- j) La inducción a la infracción contractual;
- k) La violación de normas que proporciona una ventaja competitiva significativa;
- l) La discriminación;
- m) La explotación de la situación de dependencia económica;
- n) La venta a pérdida en determinadas circunstancias;
- o) La publicidad ilícita;
- p) Las prácticas comerciales desleales con los consumidores por engañosas o agresivas.

6. Riesgos en el contexto de operaciones de fusión y adquisición de empresas

Además de prohibir las conductas que se describen en el apartado 5, las normas de competencia contienen un cuerpo normativo conocido como normas de control de concentraciones, conforme a las cuales determinadas operaciones de fusión y adquisición de empresas, o de constitución de *joint ventures*, denominadas "operaciones de concentración", en las que las partes superan determinados umbrales de facturación y/o de cuota de mercado, deben ser notificadas a la autoridad de competencia competente para su aprobación con carácter previo a su ejecución.

Existe por tanto, en el contexto de toda operación de concentración, en la que haya obligación de notificación, el deber de no ejecutar la operación hasta obtener la autorización (llamada obligación de "**stand still**"). Anticipar la toma de control que conlleva la operación constituye una infracción de las normas de competencia, comúnmente conocida como *gun jumping*. Para evitarlo, es necesario que las partes de la operación actúen en el mercado de manera independiente hasta el cierre, sin que el adquirente comience a tomar decisiones sobre la empresa que adquirirá antes de que recaiga la autorización de la autoridad de competencia para ejecutar la operación.

Además, cuando las partes de la operación son empresas competidoras, existe una obligación adicional de evitar intercambios de información ilícitos: la obligación que siempre pesa sobre competidores, como se expone en el apartado 5.1.4 anterior. Para ello, es necesario que todo intercambio de información entre las partes de una operación que sean competidoras siga las reglas siguientes:

- a) se limiten las personas con acceso a información sensible desde el punto de vista competitivo, formando una estructura habitualmente llamada "**clean team**", equipo en el que solo pueden estar personas sin responsabilidad en el día a día del negocio, a ser posible únicamente asesores externos; o
- b) se limite la información a la que se accede, censurándola o agregando datos, o por cualquier procedimiento que elimine su carácter de sensible desde el punto de vista competitivo.

7. Consecuencias legales del incumplimiento de la normativa en materia de Derecho de la Competencia

La infracción de las normas de competencia puede exponer a la Organización a:

- i. **Multas** de hasta el 10% del volumen de ventas total del Grupo a nivel mundial;

- ii. **Responsabilidad de la matriz** por infracciones de sus filiales (salvo que pueda acreditar que la matriz no determina el comportamiento de la filial), de tal manera que la matriz será declarada responsable solidaria del pago de la multa impuesta a una filial, y el volumen de negocios consolidado del grupo podrá ser utilizado a efectos del cálculo de la sanción impuesta.;
- iii. Pago de **indemnizaciones de daños y perjuicios** derivados de demandas civiles presentadas por clientes, consumidores finales, competidores, proveedores, y, en general, por cualquier perjudicado por una conducta anticompetitiva, incluidas las Administraciones Públicas, en su caso;
- iv. Multas de hasta 60.000 euros a las **personas físicas** que hayan intervenido en la conducta anticompetitiva;
- v. **Prohibición de contratar con la Administración Pública;**
- vi. Daño significativo a la **reputación** del Grupo y de los empleados sancionados;
- vii. **Nulidad** de los acuerdos anticompetitivos; y
- viii. Costes y tiempo dedicados a la gestión y **defensa legal** en un potencial expediente sancionador y/o en reclamaciones de daños y perjuicios.

8. Sanciones para el cumplimiento de las normas de competencia

El incumplimiento de lo dispuesto en esta Política, como el de cualesquiera otras normas internas del Grupo y su Código Ético, podrá implicar la aplicación de las oportunas medidas disciplinarias, todo ello de conformidad con lo establecido en el Estatuto de los Trabajadores, los Convenios Colectivos de aplicación, y demás normativa laboral aplicable.

9. Diligencia debida en la selección de Terceros

Los procesos de diligencia debida hacen referencia a los procesos de selección y al mantenimiento de las relaciones con Socios de Negocio del Grupo El Corte Inglés, de modo que su comportamiento esté alineado en todo momento con los valores y normas de la Organización, la normativa aplicable en los mercados y las buenas prácticas existentes.

Aquellos Miembros de la Organización que, por su posición, tengan asignadas facultades para la selección u homologación de Terceros, deberán considerar si éstos disponen de medidas que ayuden a detectar, prevenir y reaccionar adecuadamente ante los riesgos de competencia en las transacciones, proyectos o actividades objeto de la relación comercial o contractual con las empresas del Grupo El Corte Inglés.

10. Comunicación de incumplimientos

La Dirección de Cumplimiento Normativo y Control y Gestión de Riesgos debe conocer cualquier posible incumplimiento de esta Política o de la legislación aplicable en materia de competencia para poder abordar la cuestión de forma rápida y eficaz. Por ello, cualquier Miembro de la Organización, Socio de Negocio o Tercero con relación directa e interés comercial o profesional legítimo, en caso de ser conocedores de cualquier comportamiento que pueda ser incompatible con las normas de competencia, detectar un incumplimiento de la presente Política o de tener dudas sobre si alguna práctica observada puede suponer un acto contrario a dichas normas, está obligado a ponerse inmediatamente en contacto con el Responsable de Cumplimiento Normativo del Grupo El Corte Inglés a través del Canal Ético, en cualquiera de sus vías de comunicación:

- **Buzón:**
El Grupo El Corte Inglés dispone de un buzón ubicado en la web corporativa, al que se puede acceder a través de la siguiente dirección web:
<https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/gobierno-corporativo/etica-y-cumplimiento/contacto-canal-etico/>
- **Dirección postal:**
El Corte Inglés, S.A.
Responsable de Cumplimiento Normativo
c/ Hermosilla, 112
28009 Madrid
- **Teléfono Departamento Cumplimiento Normativo:** 91 401 85 00
- **Solicitud reunión presencial o por medios telemáticos**

La información transmitida por este Canal es confidencial así como la identidad de los informantes, a los que la Organización agradece su colaboración y respecto de los cuales garantiza la ausencia de represalias.

Además, el Responsable de Cumplimiento Normativo podrá actuar por propia iniciativa investigando cualquier indicio de incumplimiento de esta Política.

11. Conocimiento y declaración de conformidad

Puesto que el cumplimiento de las normas y estándares éticos compromete a toda la Organización y constituye un objetivo estratégico para la misma, se espera que todos los Miembros de la Organización conozcan y respeten el contenido de esta Política. Igualmente,

y respecto de Socios de Negocio, se espera que desarrollen comportamientos alineados con la misma.

Asimismo, se solicitará la adhesión, a todos los Miembros de la Organización, a los Altos Estándares Éticos y, a los Socios de Negocio, a la Carta de Compromiso y de Adhesión.

Con el fin de que todos los Miembros de la Organización conozcan el contenido de esta Política, ésta se encuentra disponible tanto en los sistemas de comunicación interna como en la web corporativa de El Corte Inglés. Además, será objeto de acciones formativas, de sensibilización y concienciación para su oportuna comprensión y puesta en práctica.

En particular, es obligatorio para todos los empleados y directivos asistir a las formaciones en materia de competencia que imparta la Organización para garantizar el conocimiento y entendimiento de estas normas con el fin de mitigar el riesgo de incumplimiento de las mismas.

La Organización reaccionará de forma inmediata ante eventuales incumplimientos de lo establecido en esta Política, conforme a lo previsto en su normativa interna y dentro de los parámetros establecidos en la legislación vigente.

12. Control, seguimiento y supervisión

12.1 Control y seguimiento

El Responsable de Cumplimiento Normativo será el encargado de controlar y realizar el correspondiente seguimiento de forma continua de lo dispuesto en esta Política, siguiendo el procedimiento establecido en el Estatuto y el Reglamento de los Órganos de la Función de Cumplimiento.

Igualmente se ocupará de impulsar acciones para su adecuada difusión y conocimiento.

12.2 Supervisión por Auditoría Interna

El departamento de Auditoría Interna revisará la adecuación y la eficacia de las medidas aplicadas en el Sistema de Gestión de Compliance Penal para supervisar el cumplimiento de las normativas aplicables a las distintas actividades de la Organización, emitiendo el informe correspondiente que se elevará a la Comisión de Auditoría y Control.

13. Aprobación, entrada en vigor y actualización

La presente Política entrará en vigor en la fecha de su aprobación por el Consejo de Administración de El Corte Inglés S.A.

Esta Política habrá de mantenerse actualizada en el tiempo. Para ello, debe revisarse de forma ordinaria con periodicidad anual, y de forma extraordinaria, y en todo caso, a la mayor brevedad, siempre que tengan lugar cambios relevantes en el ámbito de actividad u organización del Grupo, tales como reorganizaciones internas significativas, modificaciones estructurales (fusiones y adquisiciones), entrada en nuevos mercados, cambio de objeto social, cambios jurisprudenciales significativos o reformas legislativas que impacten directa o indirectamente en la aplicación práctica de las normas de competencia y, por consiguiente, de la presente Política.

Corresponde al Responsable de Cumplimiento Normativo valorar cualquier propuesta de modificación contando para ello con el apoyo del Comité de Cumplimiento y Control de Riesgos.

Además, si los cambios son relevantes, deberán someterse a la aprobación del Consejo de Administración previa propuesta de la Comisión de Auditoría y Control.

Siempre que, como resultado de una revisión se introduzcan cambios relevantes en la presente Política, se procederá a dar a los mismos amplia publicidad, publicándose la nueva versión del documento tanto en la intranet como en el sitio web corporativo.

Asimismo, la formación anual en materia de competencia se actualizará para incorporar y tratar las novedades introducidas.

CONTROL DE CAMBIOS

Versión 1.0 aprobada por el Consejo de Administración el 28/06/2023

Versión	Fecha Modificación	Objeto de la Modificación	Apartados afectados

Última revisión, junio 2023

Anexos

Anexo I - Definiciones

Se relacionan a continuación las definiciones de aquellos términos que se utilizan de manera frecuente en el presente documento y en las normas relacionadas que conforman el Sistema de Gestión de Compliance Penal de EL CORTE INGLÉS.

- **Abuso de posición de dominio:** Conducta realizada por una empresa en posición de dominio de explotación de sus clientes o proveedores o de exclusión de sus competidores. Se trata de un concepto objetivo, sin que sea necesaria intencionalidad. No hay una lista cerrada de conductas que puedan considerarse un abuso de posición de dominio.
- **Acuerdos prohibidos o conductas colusorias:** Todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela que tenga por objeto o por efecto impedir, restringir o falsear la competencia en los mercados.
- **Alta Dirección:** Son Altos Directivos aquellos trabajadores de la Organización que, por decisión del Consejo de Administración, y bajo la dependencia, orgánica o funcional, del mismo, de una de sus Comisiones o de uno de sus miembros, son calificados como tales al ejercitar poderes inherentes a la titularidad jurídica de la empresa y relativos a los objetivos generales de la misma, con autonomía y plena responsabilidad solo limitadas por los criterios e instrucciones directas emanadas de los órganos de gobierno.
- **Comisión de Auditoría y Control:** órgano permanente del Consejo de Administración, de carácter informativo y consultivo, sin funciones ejecutivas, con plenas facultades de información, asesoramiento y propuesta dentro de su ámbito de actuación, que comprende, entre otras áreas, la del Cumplimiento Normativo.
- **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia o CNMC:** Autoridad Administrativa Independiente con personalidad jurídica propia que promueve y preserva el buen funcionamiento de todos los mercados en interés de los consumidores y de las empresas. Aplica, entre otras normas y entre otras autoridades, las normas de defensa de la competencia en España.
- **Comité de Cumplimiento y Control de Riesgos:** órgano colegiado de naturaleza ejecutiva y orientado a la toma de decisiones que tiene encargada la tarea de asesorar al Responsable de la Función de Cumplimiento y al Responsable de la Función de Control y Gestión de Riesgos en todos los aspectos que considere relevantes en el desarrollo de sus funciones.
- **Conductas colusorias:** Coordinación del comportamiento competitivo de las empresas. En el caso de las conductas colusorias es probable que el resultado de esa coordinación sea una subida de precios, una restricción de la producción y un aumento de los beneficios de las empresas participantes. El comportamiento colusorio no siempre se establece mediante

acuerdos explícitos entre las empresas: también podría resultar de situaciones en que las empresas actúan por su cuenta pero, reconociendo su interdependencia con sus competidores, ejercitan conjuntamente el poder de mercado con los demás competidores en colusión. Esta práctica recibe el nombre de «colusión tácita». Fuente CNMC.

- **Conductas desleales:** Conductas que se definen como tal en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.
- **Conductas horizontales restrictivas de la competencia:** acuerdos entre empresas competidoras que tengan por objeto o efecto restringir la competencia.
- **Conductas verticales restrictivas de la competencia:** acuerdos entre empresas situadas en distintas fases de la cadena de producción y distribución que tengan por objeto o por efecto restringir la competencia en el mercado.
- **Consejo de Administración:** órgano de administración de El Corte Inglés, S.A. responsable último de la gestión y el resultado de las actividades desarrolladas por la sociedad, de su sistema de gobierno y políticas corporativas, al que la Alta Dirección informa y rinde cuentas.
- **Defensa de la competencia:** La existencia de una competencia efectiva entre las empresas constituye uno de los elementos definitorios de la economía de mercado, disciplina la actuación de las empresas y reasigna los recursos productivos a favor de los operadores o las técnicas más eficientes. Esta eficiencia productiva se traslada al consumidor en la forma de menores precios o de un aumento de la cantidad ofrecida de los productos, de su variedad y calidad, con el consiguiente incremento del bienestar del conjunto de la sociedad. Fuente CNMC.
- **EL CORTE INGLÉS:** incluye a El Corte Inglés, S.A. y a las entidades que integran su Perímetro de Control Penal.
- **Grupo El Corte Inglés / Grupo / Organización:** conjunto de empresas que integran el Grupo El Corte Inglés.
- **Gun jumping:** Ejecución de una operación de concentración económica, que debería haber sido notificada para su previa autorización, antes de que la autoridad competente (en el caso de España, bien sea la CNMC o la Comisión Europea) la haya autorizado. Esta práctica supone un incumplimiento de la Ley de Defensa de la Competencia, LDC, (o del Reglamento CE 139/2004) ya que las empresas tienen la obligación de notificar sus operaciones de compra a la CNMC (o la Comisión Europea) y esperar a su autorización antes de ejecutarlas cuando se superan determinados umbrales.
- **Informante:** persona física que notifica a través del Sistema Interno de Información comportamientos individuales o colectivos que concurren dentro de la Organización y que

puedan suponer una contravención del contenido del Código Ético o del resto de documentos del Sistema de Gestión de Compliance Penal.

- **Miembros de la Organización:** los integrantes del Consejo de Administración, la Alta Dirección, directivos, empleados, trabajadores o empleados temporales o bajo convenio de colaboración, y voluntarios de la Organización y el resto de personas bajo subordinación jerárquica de cualquiera de los anteriores.
- **Normas de defensa de la competencia:** Normas cuyo objetivo es garantizar la existencia de una competencia efectiva entre las empresas, que constituye uno de los elementos definitorios de la economía de mercado con el fin último de que el consumidor disfrute de menores precios o de un aumento de la cantidad ofrecida de los productos, de su variedad y calidad, con el consiguiente incremento del bienestar del conjunto de la sociedad. Las normas de defensa de la competencia aplicables en España está recogidas en la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, así como en sus respectivas normas de desarrollo.
- **Partes interesadas/ Grupos de interés:** las personas físicas o jurídicas que, no siendo Socios de Negocio ni Miembros de la Organización, pueden verse afectadas o percibirse como afectadas por una decisión o actividad de la Organización.
- **Perímetro de Control Penal:** incluye a El Corte Inglés S.A. y a las entidades que se adhieran a la Política Corporativa de Prevención de la Comisión de Delitos y al resto del Sistema de Gestión de Compliance Penal de El Corte Inglés, S.A. por decisión de sus órganos de administración social, no teniendo ni Responsable de Cumplimiento Normativo propio ni una gestión autónoma en esta materia.
- **Posición de dominio:** Posición de poder económico que proporciona a la empresa que lo detenta la capacidad de obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado al permitirle comportarse con un grado apreciable de independencia respecto de sus competidores, sus clientes y, en última instancia, los consumidores.
- **Represalia:** cualquier acto u omisión que esté prohibidos por la ley, o que, de forma directa o indirecta, suponga un trato desfavorable que sitúe a la persona que la sufra en desventaja particular con respecto a otra en el contexto laboral o profesional, solo por su condición de informante, o por haber realizado una revelación pública.
- **Responsable de Cumplimiento Normativo:** Órgano unipersonal, dotado de poderes autónomos de iniciativa y control, al que se le confía, entre otros cometidos, la responsabilidad de supervisar el adecuado funcionamiento del Sistema de Gestión de Cumplimiento de la Organización en general, y, del Sistema de Gestión de Compliance Penal en particular. La existencia del Órgano de Compliance Penal da cumplimiento a la exigencia establecida en la

normativa penal española (artículo 31 bis del Código Penal español) en cuanto a la supervisión del Sistema de Gestión de Compliance Penal.

- **Responsable del Sistema Interno de Información:** en el Grupo El Corte Inglés, la responsabilidad del Sistema Interno de Información recae en el Responsable de Cumplimiento Normativo.
- **Sistema Interno de Información:** es el cauce preferente para comunicar la posible comisión de irregularidades. Este Sistema abarca tanto el canal, entendido como buzón o cauce para recepción de la información, como el Responsable del Sistema, la Política y el Procedimiento de gestión de comunicaciones.
- **Socios de Negocio:** cualquier persona jurídica o física, salvo los Miembros de la Organización, con quien la Organización mantiene o prevé establecer algún tipo de relación de negocios. A modo enunciativo, pero no limitativo, se incluyen intermediarios como agentes o comisionistas, asesores externos, proveedores, clientes, joint-ventures o personas físicas o jurídicas contratadas por alguna de las empresas del Grupo El Corte Inglés para la entrega y/o recepción de bienes y/o prestación de servicios.
- **Tercero:** persona física o jurídica u organismo independiente de la Organización.