



PUIG

Política sobre normativa de la competencia



Contexto	4
Propósito y ámbito	4
Principios	5
Comportamientos esperados y posibles consecuencias	7
Comportamientos esperados	7
Posibles consecuencias	7
Aprobación, publicación y revisión	7





Contexto

El Código Ético de **Puig**¹ establece los valores y compromisos que asume interna y externamente como organización. En el marco de dichos compromisos, **Puig** reafirma su respeto por todas las empresas que operan en el mercado y, especialmente, por todos sus competidores.

Puig promueve un entorno empresarial marcado por la libre competencia y muestra su más firme oposición a cualquier comportamiento, decisión o situación interna o externa que quiebre la competencia efectiva en el mercado.

Esta Política establece el conjunto de principios y comportamientos sobre los que **Puig** proyecta su cultura de cumplimiento en el ámbito de la competencia.

Propósito y ámbito

Esta Política refleja la firme voluntad del órgano de administración de **Puig Brands, S.A.**, de sus directivos y representantes legales de incentivar y promover una cultura de comportamiento empresarial ético y de cumplimiento de las normas de defensa de la competencia y define su responsabilidad frente a sus clientes, proveedores y consumidores en general.

La presente Política resulta aplicable todos los empleados de **Puig**, independientemente de su nivel jerárquico y ámbito funcional y geográfico, los miembros del órgano de administración de las sociedades que conforman **Puig** así como a sus accionistas.

Todas las personas descritas anteriormente, especialmente aquellas que ostenten posiciones de responsabilidad, tienen la obligación de cumplir esta Política y trasladar su contenido a sus ámbitos de actuación e interacción, tanto interna como externamente, asegurando su cumplimiento en todo momento.

Esta Política ha sido aprobada por el Consejo de Administración de **Puig Brands, S.A.**, y resulta de aplicación a todas las compañías de **Puig** y sus actividades.

Las distintas divisiones y unidades de negocio locales de **Puig** pueden desarrollar esta Política a través de otras de ámbito divisional o local que

¹"**Puig**" hace referencia a la sociedad **Puig Brands, S.A.** y sus filiales y cualquier otra entidad jurídica que pueda constituirse en el futuro, respecto de la cual **Puig Brands, S.A.** ostente o pueda ostentar (directa o indirectamente) el control, de conformidad con el artículo 42 del Código de Comercio.



cumplan con los términos, principios y comportamientos contenidos en esta Política.

Principios

Los principios que sustentan esta Política se relacionan a continuación y derivan de los compromisos definidos en el Código Ético y la normativa de aplicación.

- **Vocación de cumplimiento**

Puig, su órgano de administración, sus directivos y personas que actúan en su nombre, reconocen la importancia de operar bajo el más alto nivel de integridad y ética en las transacciones comerciales y de negocio bajo una cultura empresarial responsable que respete la libre competencia.

Por ello, **Puig** ratifica su voluntad de cumplir con el marco normativo de defensa de la competencia y hacer partícipes a sus empleados y resto de personas sujetas a esta Política de su relevancia para que, en el transcurso de la operativa diaria y a través de la participación personal y directa de todos ellos, quede asegurado su cumplimiento.

- **Sensibilización**

El cumplimiento de las normas de defensa de la competencia requiere la participación activa de empleados y otras personas vinculadas a **Puig**. Para ello, se promueven acciones formativas accesibles y vinculadas al cumplimiento de la normativa de defensa de la competencia, así como adaptadas al ámbito de actividad y funciones de cada persona.

- **Confianza y transparencia**

Puig anima a reportar cualquier comportamiento inapropiado, ilegal o éticamente cuestionable de forma segura y sin temor a represalias. A tal efecto, **Puig** ha activado un canal de denuncias [<https://secure.ethicspoint.eu/domain/media/eseu/gui/109738/index.htm>] que permite reportar cualquier incumplimiento de forma confidencial y anónima y poder detectar posibles conductas y situaciones ilícitas o éticamente inaceptables y reaccionar frente a las mismas.

No obstante, en caso de sospechas por posibles incumplimientos de la normativa de defensa de la competencia, se recomienda contactar de forma inmediata por vía telefónica con el departamento legal que, por su



conocimiento especializado, puede analizar de forma más adecuada la información reportada.

- **Control y supervisión**

Puig cuenta con una estructura interna de cumplimiento articulada en tres capas o “líneas de defensa”. La primera línea de defensa está constituida por los equipos operativos y las personas al frente de los mismos – cuya implicación es crucial para asegurar el estándar de cumplimiento que **Puig** promueve –, siendo de especial relevancia para asegurar el cumplimiento de la normativa en materia de defensa de la competencia el área de Corporate Legal Services y los departamentos legales de las Divisiones de Negocio. La segunda línea de defensa está conformada por el Chief Compliance Officer y el área de Compliance y la tercera línea de defensa está integrada por la función de Auditoría Interna, que garantiza la supervisión del modelo de cumplimiento de forma independiente y objetiva ante la Comisión de Auditoría y Compliance y el Consejo de Administración.

En concreto, el control de la estructura de cumplimiento está asignado al Chief Compliance Officer y el área de Compliance que desarrollan sus funciones de forma autónoma, independiente y con una dotación específica de recursos. El Chief Compliance Officer y el área de Compliance reportan directamente a la Comisión Auditoría y Compliance, dependiente del Órgano de Administración de **Puig**.

Finalmente, **Puig** cuenta con un mapa de riesgos a través de cual identificar riesgos vinculados a la actividad de **Puig** y el establecimiento de controles para su mitigación, en un marco de revisión y actualización periódica de los riesgos identificados.

- **Reacción**

Puig adopta las medidas legales necesarias y adecuadas – incluyendo las medidas disciplinarias que procedan – en caso de constatar cualquier incumplimiento de la normativa aplicable en materia de defensa de la competencia, así como cualquier desviación de los estándares éticos internos.



Comportamientos esperados y posibles consecuencias

Comportamientos esperados

En aplicación de los principios de esta Política, se acompaña como **anexo I** una guía específica de comportamientos que pueda permitir a los empleados de **Puig** y otras personas sujetas a esta Política evitar situaciones que generen riesgos en materia de competencia. El contenido del **anexo I** se constituye como una guía y está limitado a determinadas situaciones que se han identificado de especial relevancia práctica y/o entrañan un mayor riesgo desde un punto de vista de la normativa de la competencia. En caso de existir cualquier duda o requerir un mayor soporte, debe acudir al área de Corporate Legal Services o Departamento Legal.

Posibles consecuencias

El incumplimiento de los principios de esta Política y de la normativa sobre competencia pueden suponer consecuencias graves para **Puig** y para la persona que incumple dicha normativa. Como **anexo II** se acompaña un resumen de las indicadas consecuencias.

Aprobación, publicación y revisión

Esta Política ha sido aprobada por el Consejo de Administración de **Puig** el [-] de [-] de 2023, entrando en vigor en dicho momento. Además, se encuentra disponible en [Intranet], en la página web de **Puig** y se comunicará a los Empleados de **Puig** y a otros terceros cuando proceda.

Esta Política podrá ser revisada y modificada cuando sea necesario y sustituye y reemplaza a cualquier política anterior.

En caso de incumplimiento de esta Política, **Puig** adoptará las medidas legales – incluyendo aquellas de naturaleza disciplinaria – o contractuales que correspondan en atención a la naturaleza del incumplimiento.



Anexo 1

Relationship with Competitors

Relaciones con clientes

Redacción de documentos

Acuerdos restrictivos de la competencia

- **Con carácter general, cualquier tipo de coordinación de la actividad competitiva entre un grupo de competidores.** Ello incluye la coordinación llevada a cabo indirectamente a través de intermediarios (por ejemplo, los clientes) si la intención final es la de llegar a un acuerdo. Los acuerdos restrictivos con competidores están prohibidos con carácter general, incluso aunque no se ejecuten o no se respeten
- **Fijar precios otras condiciones comerciales** - Incluyendo cualquier coordinación de precios (por ejemplo, intercambio de listas de precios) u otras condiciones comerciales a terceros como descuentos, rápeles, etc. Está expresamente prohibido. El acuerdo no tiene por qué ser expresamente de fijación de precios. La coordinación de cualquier condición comercial puede considerarse inflación de precios, por ejemplo un acuerdo para establecer niveles particulares de descuento o rangos de precios, o fijar precios para distintos tipos de servicio o incluso las comisiones pagadas habitualmente a los agentes.
- **Reparto de mercado.** Se prohíbe cualquier asignación de territorios, grupos de clientes o grupos de productos. En su forma más simple, el reparto de mercado consiste en un acuerdo entre competidores para que la Empresa A tenga el mercado dente X y la Empresa B tenga, por su parte, el mercado cliente Y, o un porcentaje de los mismos.
- **Fijación de cuotas.** Se prohíbe cualquier coordinación de niveles de productividad o ventas, incluyendo, entre otros, acuerdos sobre lanzamiento de nuevos productos o estrategias de marketing paralelas
- **Boicot.** También se prohíben los acuerdos para no trabajar con un determinado proveedor o distribuidor.

Relaciones con competidores Intercambios de información

Una manera muy habitual de que surjan problemas de competencia entre competidores es el mero intercambio de información sensible. La regla básica es que el intercambio de información actual o futura, no agregada y comercialmente sensible está prohibido con carácter general. B intercambio de información sobre precios actuales o futuros (incluso si no hay un acuerdo claro al respecto) es una infracción muy grave. En general, **no está permitido revelar o intercambiar ningún tipo de información con los competidores** (salvo aquellos Intercambios de Información autorizados por Puig de acuerdo con la legislación aplicable) relativa a:

- precios, incluidos descuentos, rápeles, condiciones de crédito, o
- cualquier otro elemento relativo a la política financiera de día a día de la compañía, como condiciones de crédito, facturación/gastos, revisiones márgenes de beneficios de
- planes comerciales futuros, acuerdos específicos con proveedores o clientes, lanzamientos de productos; o
- cualquier otra información sensible, como costes, inversiones u otra información que habitualmente consideraría como confidencial o que se refiera a elementos (distintos a los precios) en los que Puig compite, como listas de clientes o condiciones comerciales de Puig que no sean de dominio público.

Reuniones sectoriales/ eventos

A continuación, se describen algunas directrices sencillas para gestionar posibles problemas relacionados con la normativa de competencia cuando surjan en cualquier evento del sector o en el seno de asociaciones empresariales:

- Examinar la agenda u orden del día de cualquier reunión de la asociación empresarial por anticipado, para comprobar es probable que surjan asuntos sensibles en relación con normativa de competencia.
- Si durante una reunión o conversación con competidores se tratan temas sensibles como los mencionados anteriormente deberá pedirse expresamente que se ponga fin a la discusión. Si el resto de participantes en la discusión insiste en tratar el tema, deberá abandonar la sala de la reunión pidiendo que conste en acta (si es posible) la oposición a la conversación controvertida. En caso de duda, deberá abandonarse la sala de reunión. En cualquier caso, deberá informarse inmediatamente al área de Corporate Legal Services de todas las acciones realizadas.

Es vital que mantener una buena relación con los clientes. No obstante, en las relaciones con clientes en ningún caso se podrá

- **Fijar precios de venta al público o imponer precios mínimos de venta al público.** Únicamente se permite recomendar precios de venta al público o imponer precios máximos de venta al público. Podrá realizarse estudios de mercado o market intelligence para conocer las condiciones de venta que los clientes de Puig aplican a sus propios clientes. Sin embargo, en ningún caso podrá interferirse, directa o indirectamente, en la estrategia de precios y/u otras condiciones comerciales aplicadas por los clientes de Puig a sus propios clientes.
- **Exigir a los clientes que respeten los precios de venta al público recomendados y/o incentivar el respeto de dichos precios de venta al público recomendados** (por ejemplo, concediendo descuentos o regalos, o amenazando con retirar dichos descuentos o regalos si no se respetan los precios de venta al público recomendados).
- **Restringir, dentro del Espacio Económico Europeo los territorios donde los clientes pueden revender los productos o los clientes a los que estos pueden revender,** salvo en el caso de productos selectivos, en cuyo caso Puig podrá prohibir la reventa a distribuidores no autorizados. Para cualquier situación fuera del Espacio Económico Europeo, debe consultarse con el área de Corporate Legal Services, ya que esta restricción también puede ser aplicable.
- **Limitar o impedir que los clientes de Puig vendan o promocionen los productos de Puig a través de Internet,** sin perjuicio del derecho a imponer condiciones o límites con el fin de proteger la imagen de las marcas y los productos de Puig.

Deberá informarse inmediatamente al área de Corporate Legal Services en caso de que se constate que Puig posee una cuota de mercado relevante en un mercado determinado. Se considera relevante una cuota de mercado igual o superior al 30%. Finalmente, antes de acordar obligaciones de exclusividad y no competencia (sea cual sea su forma), será necesario contactar con el área de Corporate Legal Services.

Un lenguaje cuidadoso no evitará la responsabilidad en caso de conducta restrictiva de la competencia, pero evitará que las conductas lícitas sean tratadas como sospechosas debido a una selección de palabras inapropiada. Deberá evitarse el uso de ciertas palabras en el lenguaje escrito:

- **Palabras que denoten culpabilidad.** Frases como "por favor, destruir después de leer" o "no hacer copias" sugieren la posibilidad de conductas ilícitas, incluso si el objetivo que se persigue al utilizarlas es sencillamente proteger la confidencialidad del documento. Es preferible utilizar frases como "estrictamente confidencial" o "secreto empresarial-difusión restringida".
- **Ambigüedades sobre competencia y precios.** Una redacción poco precisa o vaga en relación con cuestiones que afectan a la competencia, como precios de la competencia, puede ser peligrosa. Las autoridades de defensa de la competencia pueden interpretar dicho lenguaje en contra de los intereses de Puig. Es preferible ser claro al expresarse.
- **Especulaciones sobre la legalidad o consecuencias de la conducta.** Por ejemplo, "estas acciones podrían considerarse contrarias al derecho de la competencia, por lo que exigimos discreción". Dicho lenguaje sugiere de inmediato un comportamiento ilícito aunque pueda no ser así. No debe especularse acerca de la legalidad de las actividades. En caso de duda, será necesario contactar verbalmente con el área de Corporate Legal Services.



Anexo 2

Consecuencias para Puig

- **Multas** (p.ej. en Europa de hasta el 10% de la facturación mundial).
- **Reclamaciones de daños y perjuicios que pueden interponer empresas y personas físicas** (como competidores y clientes) que consideren que han sufrido daños y/o pérdidas como consecuencia de conductas restrictivas de la competencia.
- **Costes de defensa en investigaciones.** Ser investigado es en sí mismo caro, tanto por el tiempo considerable de recursos internos a destinar, como por los gastos de abogados y economistas.
- **Daño a la reputación de la compañía,** ya que toda infracción o multa se divulga ampliamente en los medios de comunicación (no solo en la prensa especializada). Las infracciones de la normativa de competencia empeoran las relaciones con terceros.
- **Nulidad de acuerdos.** Si una compañía suscribe un contrato que incumple la normativa de competencia, dicho contrato puede ser nulo o no ejecutable. Ello podría suponer que la compañía ha pagado más de lo que hubiera debido, o que no puede confiar en un compromiso contractual de un tercero que es clave, por ejemplo, en caso de acuerdos de exclusividad a largo plazo o de volúmenes de compra mínimos

Consecuencias para las personas que infringen la normativa

- **Responsabilidad penal.** En ciertos países son posibles penas de prisión (como Reino Unido y EE.UU.).
- **Perjuicio en la carrera profesional,** incluyendo (i) acciones disciplinarias (posible despido) y (ii) prohibición de ejercer la profesión.
- **Intrusiones por las autoridades competentes,** incluyendo registros domiciliarios y vigilancia encubierta.