

Manual de Buenas Prácticas de la Asociación Española de Fabricantes de Envases, Embalajes y Transformados de Cartón - ASPACK

Presentación

La política de la Asociación Española de Fabricantes de Envases, Embalajes y Transformados de Cartón es cumplir con toda la legislación aplicable en materia de defensa de la libre competencia y velar para que las empresas asociadas no las incumplan al amparo de las actividades de la Asociación.

El presente Manual pretende ilustrar cómo proceder, de acuerdo con la Ley, en el desarrollo de la actividad de la asociación, así como a desarrollar legalmente actividades necesarias para la asociación pero que, por su naturaleza, pueden implicar riesgos.

Hemos dividido el Manual en los siguientes capítulos:

1- Qué prohíbe la ley

- Defensa de la Competencia
- Competencia Desleal
- Corrupción entre particulares

2- Cómo obtener información del mercado

3- El contacto con nuestros competidores

4- Cómo realizar comunicaciones escritas

5- La conservación de información

6- Protocolo de Actuación en Caso de Inspección de la Comisión Nacional de la Competencia

Capítulo 1

ANOTACIONES

Qué Prohíbe la Ley

Ley de Defensa de la Competencia

Una competencia efectiva redundará en una mejora para la sociedad en forma de menores precios y aumento de la cantidad, variedad y calidad de los productos. La Ley prohíbe cualquier actividad destinada a alterar la libre competencia ya sea real o potencial que se resumen en:

- a. Prácticas Horizontales (entre competidores)
- b. Prácticas Verticales (clientes o proveedores)
- c. Restricción del Comercio Paralelo (propios productos)
- d. Abusos de Posición Dominante

Prácticas Horizontales

Son las que se dan entre competidores destinadas a eliminar la incertidumbre en la competencia.

Esta prohibido:

La fijación de precios entre competidores

Cuando 2 ó más competidores, directa o indirectamente, acuerdan precios, condiciones comerciales (descuentos por ejemplo) o servicios.

¿Qué NO se debe hacer?

- Señalar los Precios: permitir que las empresas asociadas anuncien con antelación o expliquen las subidas de precios a través de las reuniones o actividades de la asociación, o con participación de la asociación como Congresos, Reuniones o Asambleas. En el Capítulo 4 se analizarán con más detalle estas situaciones.
- No hacer desde la asociación recomendaciones sobre precios o condiciones de servicios.
- Ser especialmente cuidadoso en los medios de comunicación de la asociación (boletines, newsletters, comunicados etc.) y no incluir nunca:
 - afirmaciones que pudiesen ser consideradas recomendaciones de precios o condiciones de servicios;
 - anuncios de subidas de precios de alguno de los asociados;
 - trasladar recomendaciones de asociados en materia de precios o condiciones de mercado.

ANOTACIONES

La limitación de la oferta o producción

Cuando 2 ó más competidores acuerdan limitar o controlar la producción para evitar una reducción de precios en el mercado.

¿Qué NO se debe hacer?

No divulgar, e impedir que lo hagan los asociados a través de los medios de la asociación, comunicaciones o anuncios que pudieran influenciar a otros asociados en la toma de decisiones sobre inversiones o desarrollo tecnológico. Por ejemplo, anuncios sobre intenciones de inversión, no materializadas o en curso.

No divulgar problemas de capacidad de fabricantes, problemas de suministro o cualquier otro problema que pueda afectar al equilibrio de la oferta y la demanda.

La distribución o reparto de mercados

Cuando 2 ó más competidores acuerdan expresa o tácitamente repartirse el mercado para evitar la concurrencia en áreas o segmentos de mercado.

El caso más claro sería un reparto de un área geográfica por el que varios competidores pactan mediante un reparto de áreas no competir entre ellos. Pero también se produce por segmentos de mercado pactando en un mismo área el reparto de productos.

El fraude en licitaciones o acuerdos de no licitación

Cuando 2 ó más competidores acuerdan alterar el resultado de una licitación pactando los precios y condiciones a licitar o mediante acuerdos de no licitación o reparto de licitaciones.

¿Qué NO se debe hacer?

No aceptar que ningún asociado manifieste a la asociación su intención o no de participar en una licitación y, bajo ningún concepto, transmitir eventuales informaciones, es este sentido, a otros asociados.

Ejemplo



Podría ser considerado como prueba de fraude en licitación que en un correo electrónico dirigido a la asociación, que es ajena a la misma, se incluyese como comentario la intención, o no, de un asociado acudir a la misma.

Atención

Prácticas Verticales

Son las restricciones de competencia que se pueden dar entre empresas no competidoras entre sí, por lo general clientes o proveedores.

Las prácticas verticales son particularmente delicadas. Así como lo normal es no tener contactos con nuestros competidores, los contactos con **clientes y proveedores** son consustanciales a cualquier actividad empresarial por lo que se debe prestar la máxima atención.

Está prohibido:

Imposición del precio de reventa de los propios productos

No se permite que un proveedor fije el precio al que pueden revender sus productos los distribuidores. No obstante, normalmente no está prohibido imponer precios máximos de reventa ni recomendar precios de venta.

Acuerdos de exclusividad

Los acuerdos de distribución exclusiva pueden restringir la competencia de la propia marca y llevar a la segmentación del mercado, pudiendo facilitar la aplicación de precios distintos según el territorio o cliente de que se trate.

Distribución selectiva

La ley prohíbe la aplicación, en las relaciones comerciales o de servicio, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes que coloquen a unos competidores en situación desventajosa frente a otros.

Las diferentes condiciones deben obedecer a causas objetivas alcanzables por cualquier cliente y deben aplicarse de manera uniforme y sin discriminaciones.

Boicot

Están prohibidas las acciones coordinadas de empresas para perjudicar a un operador del mercado (proveedor o cliente). El boicot no es aceptable ni en casos de flagrante actuación ilícita del sujeto boicoteado.

Importante

La asociación nunca deberá hacer recomendaciones negativas sobre la idoneidad de contratar con un operador del mercado.

Restricción del Comercio Paralelo a los propios productos

Está prohibido interferir en la acción comercial de los clientes distribuidores para impedir o restringir la comercialización de nuestros productos.

El abuso de posición dominante

Importante

No está prohibida la posición dominante en sí, sino el abuso de la misma. Concretamente no se puede:

- Imponer precios o condiciones no equitativas o la discriminación de precios
- Vender a precios excesivamente altos.
- Negarse injustificadamente a satisfacer las demandas de compra de productos o de prestación de servicios.
- Obligar a la aceptación de prestaciones suplementarias.

Existen algunos casos de exenciones cuando se entiende que conllevan efectos favorables para los consumidores, mejoras en la producción, la distribución o la comercialización, fomento del progreso técnico como pueden ser las Franquicias en las que se pueden imponer ciertas restricciones a la competencia.

Ley de Competencia Desleal

Se considera desleal actuar en el mercado con mala fe o sin la diligencia profesional que cabe esperar de un empresario conforme a las prácticas honestas del mercado.

En general cualquier práctica comercial para mermar la capacidad del consumidor o usuario de adoptar una decisión con pleno conocimiento de causa es considerada desleal.

La Ley de Competencia Desleal enumera las acciones consideradas desleales. Éstas pueden ser dirigidas contra otros competidores o bien contra consumidores o usuarios.

Actos considerados desleales con Competidores:

Actos de engaño

Presentar información falsa o que induzca a error y que sea susceptible de alterar el comportamiento económico.

ANOTACIONES

Actos de confusión

Los comportamientos destinados a crear confusión con la actividad ajena.

Omisiones engañosas

La ocultación de información necesaria para adoptar decisiones con el debido conocimiento de causa.

Prácticas agresivas

Acoso, coacción, uso de la fuerza o influencia indebida para influir en el comportamiento económico.

Actos de denigración

Realizar manifestaciones destinadas a menoscabar el crédito de un tercero en el mercado.

Actos de comparación

La publicidad comparativa esta permitida siempre que no contravenga la ley de competencia desleal en materia de engaño, denigración o explotación de la reputación ajena.

Actos de imitación

Se considera desleal cuando la imitación genere una asociación por parte de los consumidores respecto al producto imitado o comporte un aprovechamiento indebido de la reputación o el esfuerzo ajeno.

Explotación de la reputación ajena

Se considera desleal aprovecharse indebidamente de la reputación de otro utilizando sus signos distintivos o denominaciones de origen falsas, o utilizando expresiones tales como modelos, tipo, sistema, clase o similares.

Violación de secretos

Se considera desleal la utilización de secretos o información confidencial de terceros tanto si se ha obtenido legítimamente con deber de reserva como si no.

Atención ▶

La violación de secretos es también un delito penal y, si se estima que esta violación favorece a la empresa, puede desencadenar responsabilidades penales para la misma.

La información empresarial es confidencial por definición. La asociación deberá evitar que ningún asociado acceda a información empresarial de otro asociado que le haya sido confiada.

Inducción a la infracción contractual

Se considera desleal la inducción a trabajadores, proveedores, clientes u otros obligados, a infringir los deberes contractuales contraídos con competidores.

Violación de normas

Se considera desleal obtener ventaja en el mercado mediante la infracción de las leyes obteniendo una ventaja significativa o si esas normas regulan la actividad concurrencial.

La asociación debe siempre promover el cumplimiento de toda la normativa aplicable y en ningún momento promover su incumplimiento.

Discriminación y dependencia económica

Se considera desleal:

El tratamiento discriminatorio sin justificar en materia de precios.

Los precios de tarifa deben ser iguales para todos los potenciales clientes de un mismo producto así como los criterios para la obtención de descuentos.

La explotación de una dependencia, económica de clientes o proveedores por no tener alternativa, exigiendo condiciones especiales que no se exigen a otros.

La ruptura de relaciones sin preaviso de 6 meses salvo por incumplimiento contractual o causa de fuerza mayor.

La obtención de condiciones no recogidas en el contrato bajo la amenaza de ruptura comercial.

Publicidad ilícita

Es desleal la publicidad considerada ilícita por la ley general de publicidad.

Prácticas desleales con los consumidores y usuarios

Sólo tienen consideración de prácticas desleales con los consumidores aquellas que resulten objetivamente contrarias a la buena fe que puedan distorsionar el comportamiento económico del consumidor. Entre otras:

- a) Los actos de engaño
- b) Las omisiones engañosas

Importante



Importante ▶

- c) Las prácticas agresivas
- d) La exhibición sin ser cierto de un sello de garantía
- e) La **utilización de prácticas señuelo**:
 - Falsas ofertas a un determinado precio
 - Engañar sobre la disponibilidad del producto
 - Falsas ventas de liquidación
 - Ofrecer premios inexistentes
 - Ofrecer productos como gratuitos sin indicar las condiciones para acceder a ellos (compra de otros productos por ejemplo)
 - Crear la impresión falsa de que se ha ganado un premio.
- f) Prácticas engañosas sobre la naturaleza o disponibilidad de los bienes o servicios.
- g) Las prácticas de venta piramidal. Obligar a captar nuevos clientes.
- h) Las practicas engañosas por confusión haciendo creer que procede, sin ser cierto, de determinado profesional o empresa.
- i) Las practicas agresivas por coacción o por acoso visitando, por ejemplo, repetidas veces un domicilio o repitiendo llamadas.
- j) Otras prácticas desleales:
 - Ofrecer los derechos de consumidores y usuarios como ventajas del producto o servicio.
 - Afirmaciones falsas sobre los peligros de no disponer del producto o servicio.
 - Dar informaciones inexactas sobre las condiciones del mercado.
 - Simular que ya ha contratado previamente el bien o servicio.

Importante ▶

Las ofertas comerciales deben ser honestas y ofrecer información completa y verídica de forma que el consumidor pueda tomar decisiones con pleno conocimiento.

Corrupción

Corrupción entre Particulares

El código Penal ha incluido recientemente el delito de corrupción entre particulares. La redacción es muy genérica por lo que más allá del sentido común y de las buenas prácticas comerciales es difícil determinar cuantías específicas para determinar si se trata de corrupción o no.

El código penal prohíbe la corrupción tanto activa como pasiva, castigando tanto al corruptor como al corrompido, ya sea efectiva o tentativa.

Se define el acto de corrupción como *“prometer, ofrecer, conceder o recibir, solicitar, aceptar un beneficio o ventaja de cualquier naturaleza no justificados para que le favorezca a él o a un tercero frente a otros, incumpliendo sus obligaciones en la adquisición o venta de mercancías o en la contratación de servicios profesionales”*.

Atención

Los jueces determinarán, en función de las cuantías o favores la pena a aplicar a los infractores (hasta 4 años de prisión) y utilizarán como base la ventaja, real o potencial, para la empresa para imponer sanciones a ésta.

Expuesto lo anterior, es práctica comercial habitual intercambiar regalos especialmente en Navidad. Por regla general no están prohibidos siempre que:

- Sean obsequios legales, sencillos y con un valor limitado.
- Tengan un propósito empresarial y no exista propósito de corromper.
- No supongan un conflicto de interés.

Como norma general debe solicitar autorización para regalar o aceptar un regalo.

Nunca ofrezca ni acepte regalos en metálico o transformables en metálico (tarjetas pre-pagadas, cheques gasolina etc...).

Cohecho y Tráfico de influencias

Tanto el cohecho como el tráfico de influencias tiene por objeto un **funcionario público o autoridad** pero, mientras que en el primer caso “se compra” el favor, en el segundo, estamos utilizando nuestra relación personal para conseguirlo.

ANOTACIONES

Tanto el cohecho como el tráfico de influencias son delitos penales por los que pueden ser imputadas las personas jurídicas.

El **cohecho** se define por el Código Penal como: “...ofrecer o entregar dádiva o retribución de cualquier otra clase a una autoridad, funcionario público o persona que participe en el ejercicio de la función pública para que realice un acto contrario a los deberes inherentes a su cargo o un acto propio de su cargo, para que no realice o retrase el que debiera practicar, o en consideración a su cargo o función”

Por su parte el **tráfico de influencias** consiste en “...influir en un funcionario público o autoridad prevaliéndose de cualquier situación derivada de su relación personal con éste o con otro funcionario público o autoridad para conseguir una resolución que le pueda generar directa o indirectamente un beneficio económico para sí o para un tercero”

Es una práctica “cultural”, cuando tenemos un contacto en la administración y necesitamos realizar alguna gestión, el recurrir a la amistad o relación de parentesco, incluso sin voluntad delictiva, para que se interese por nuestro asunto. Trasladado al ámbito empresarial o al de la asociación constituye un riesgo que se debe evitar.

Se debe ser muy cuidadoso al entrar en contacto con funcionarios públicos o cargos de la administración y tener en cuenta:

- Nunca solicitar favores y tratos especiales y mucho menos por escrito.
- Solicitar autorización antes de realizar un regalo que, en cualquier caso, deberá ser un obsequio legal, sencillo y con un valor limitado.
- En ningún caso hacer regalos en metálico o transformables en metálico (tarjetas pre-pagadas por eje.)

Importante 

Capítulo 2

ANOTACIONES

Información sobre el Mercado

Estudios de Mercado

Las empresas para el desarrollo de su actividad necesitan información sobre los mercados en los que operan. Es legítimo obtener información estadística del mercado y de nuestros competidores realizando encuestas y estudios siempre que no se utilice información proveniente de los competidores ya sea directa o indirectamente (a través de clientes por ejemplo).

Recomendaciones:

- Incluir siempre el nombre la fuente de la información (Nielsen, IRI, Asociación X, etc.) cuando cree un documento escrito, aunque sea interno, que contenga información sobre sus competidores.
- Nunca se debe aceptar, conservar, ni utilizar información ni documentos de un competidor, independientemente de la fuente de la cual provengan.
- Desconfíe y sea cauto con aquellos “amigos” que le facilitan información o hablan de sus competidores porque, probablemente, hagan lo mismo con la información que les facilite usted cuando, a su vez, hablen con sus competidores.

Sistemas de Información del Mercado

Los sistemas de información del mercado son instrumentos de gestión legítimos. Es una práctica habitual que las Asociaciones soliciten datos a sus miembros para consolidar datos y estadísticas sectoriales y distribuirlos.

Sin embargo hay ciertas informaciones cuyo intercambio podría facilitar la colusión ilícita.

ANOTACIONES

Como norma general:

- Los datos deben ser siempre históricos, nunca previsiones que podrían ser interpretados como un intento de concertar prácticas en el futuro.
- Los datos deben ser siempre anónimos y generales, sin incluir, obviamente, nombres de asociados, clientes, proveedores o productos.
- Evite dar datos con una frecuencia alta. Mejor si son anuales.
- No revelar información confidencial, que frente a un competidor se considera una infracción. Informaciones confidenciales son precios, producción, capacidad, coste de producción, utilización etc..
- No incluir ninguna información capaz de influenciar la autonomía para la toma de decisiones o el comportamiento competitivo del mercado.
- No facilitar previsiones en base a los datos obtenidos.
- No señalar precios.

Capítulo 3

ANOTACIONES

Contacto con Competidores

Asociaciones Profesionales o de Categoría

Las Asociaciones tienen un fin empresarial legítimo pero constituyen un alto riesgo porque en ellas confluyen competidores y pueden constituirse en un punto de intercambio de información contrario a la ley o, peor, un foco de prácticas colusorias.

Se recomienda que los empleados de las asociaciones hayan sido formados sobre leyes de defensa de la competencia para que sepan cómo afrontar situaciones de riesgo.

También se recomienda que en los Estatutos de la Asociación y en sus normas internas figuren claramente las políticas de cumplimiento de la legislación en estas materias.

Atención



Recuerde que la pertenencia a una Asociación hace que la empresa asociada sea también responsable de las infracciones de ésta por lo que la actuación de la asociación puede implicar a sus asociados.

El punto que concentra más riesgo son **las reuniones y asambleas**.

- Debe existir siempre un orden del día que debe ser facilitado con anterioridad a los asistentes.
- Se debe levantar acta de las reuniones
- En caso de observar un comportamiento ilegal los responsables de la asociación presentes en la reunión deben protestar inmediatamente y evitar que continúe.
- Si los comportamientos ilegales persisten se debe dar por terminada inmediatamente la reunión.
- Tanto en el caso de cancelación forzada como en el de protesta debe hacerse constar en el acta y comunicarlo al departamento jurídico.

Importante



¿Qué NO se debe hacer?

- Participar o tolerar conductas ilegales, en especial el intercambio de información confidencial.
- Aceptar desviaciones de las “Reuniones técnicas” hacia otros aspectos ajenos a la verdadera finalidad de la reunión.
- Debatir o tolerar debatir sobre los factores que pueden afectar al comportamiento estratégico en el mercado de las empresas.
- Revelar información considerada como secreto empresarial.

ANOTACIONES

Ferias Comerciales y Congresos

Las Ferias Comerciales y Congresos son fuentes valiosas de información sobre el sector y el mercado pero entrañan riesgos.

Frecuentemente las asociaciones instalan stands a los que acuden visitantes de empresas de un mismo sector de actividad y, por tanto, competidores entre sí.

Es importante seguir una serie de pautas para evitar actos ilegales:

- Sólo se puede compartir e intercambiar entre competidores información destinada al público (catálogos, folletos etc.). Conviene incluso anotar en los folletos el nombre y fecha de la Feria donde los ha obtenido.
- En caso de que entren en contacto competidores en el stand de la asociación es conveniente que se identifiquen de forma que sepan quienes son pero NO conviene que intercambien tarjetas de visita.
- Los contactos directos con competidores no son la manera de obtener información sobre el mercado y constituyen siempre un riesgo. La asociación debe tratar de evitar que se produzcan y procurar que no se intercambie información personalizada de las empresas.

Capítulo 4

ANOTACIONES

Comunicación Cuidadosa

La generalización del correo electrónico ha hecho perder formalidad en las comunicaciones escritas. Se utiliza tanto para una carta formal como para un intercambio rápido de información. Esto provoca muchas veces la falta de prudencia en las comunicaciones, especialmente en los correos internos y en los sociales.

Recuerde siempre que, en el contexto de una investigación, un correo electrónico es un documento escrito probatorio y, si ha sido enviado por un empleado de una empresa utilizando la dirección de correo de la empresa, serán evaluados y juzgados en el contexto del comportamiento profesional. De hecho una de las primeras acciones de la CNC en caso de inspección es hacer una copia de los servidores de correo electrónico de los empleados.

Algunas normas generales:

- Sin excepciones, no escriba nada que no esté dispuesto a decir ante un tribunal o ante un inspector del CNC, tanto si se trata de un correo externo, interno o social.
- Evite cualquier tipo de frase que pueda ser considerada como una recomendación en materia de precios, condiciones comerciales o de servicios, utilización de proveedores o fuentes de suministro y, en general, cualquier afirmación que pudiera considerarse como un intento de influir o facilitar acuerdos en materias ilegales. Evite las cadenas de reenvíos. Con frecuencia acaban revelando información a destinatarios no deseados.
- Haga que su departamento jurídico incluya un mensaje final en todos los correos electrónicos protegiendo su contenido y previniendo del uso fraudulento del mismo.

Capítulo 5

ANOTACIONES

Política de conservación de la información

Por lo general son pocas las organizaciones que tienen una política formal sobre la conservación de la Información. Esta sección no pretende formular una política pero sí dar unas indicaciones generales.

Dejando aparte aquella información que debe ser conservada por imperativo legal (facturas, contratos etc..) por ciertos periodos de tiempo, por lo general, en cualquier ordenador personal de un empleado cualquiera se archivan documentos y, sobretodo, correos electrónicos de bastante antigüedad y dudosa utilidad. Dicha información carece, en la mayoría de los casos, de ninguna utilidad para la asociación pero, aparte de ocupar espacio y entorpecer el funcionamiento de los ordenadores, supone muchas veces riesgos.

Como se ha apuntado en el punto anterior, no se es siempre cuidadoso en la redacción de correos electrónicos y en caso de inspección tenerlos en su ordenador puede ocasionar más problemas que ayudas.

Conviene pues establecer una política por la cual, aparte de los documentos que deben ser conservados por Ley y con ciertos requisitos, no se conserven en los ordenadores personales de los empleados ficheros y correos de una cierta antigüedad salvo que tengan una probada utilidad.

Importante

Nunca borrar documentos ni correos electrónicos si se recibe la visita de una inspección de la CNC o en el curso de una inspección.

Capítulo 7

ANOTACIONES

Importante

Protocolo de Actuación en Caso de Inspección de la Comisión Nacional de la Competencia

Nota Previa:

- La obstaculización de Entidades Inspectoras Constituye un delito (art. 294 CP) por el que puede ser imputada la empresa.
- La oposición, la negativa a proporcionar información o cooperar con la CNC son infracciones que se castigan con multas del 1% de la facturación.
- El objetivo de este protocolo es garantizar que las inspecciones se realizan de acuerdo con la Ley, se respeten los derechos de la empresa y se permita optimizar su defensa.

Pasos Previos:

- Se debe nombrar a un Equipo de Actuación que serán los responsables de conducir la inspección y de formar e informar al resto del personal.
- Para seleccionar el equipo de actuación deberá considerarse que como mínimo uno de ellos debe estar siempre en la oficina.
- Se debe formar sobre el protocolo de actuación a todas las personas que intervendrán.
- El protocolo contiene las pautas de actuación desde el primer momento por lo que debe plasmarse en un documento físico y, las personas que eventualmente deberán intervenir, deben tenerlo localizado y a mano para poder repasarlo rápidamente llegado el caso.
- En el documento debe figurar actualizada la lista del equipo de actuación y de los abogados con sus teléfonos móviles.

A efectos de protocolo identificamos a 3 grupos:

- a) **RECEPCIÓN:** Las personas que normalmente abren la puerta o atienden en primera instancia a las visitas.
- b) **EQUIPO DE ACTUACIÓN:** empleados designados como para atender y seguir la inspección.
- c) **RESTO DE LOS EMPLEADOS.**

Protocolo:

- a) Las personas de RECEPCIÓN que reciben en primera instancia:

ANOTACIONES

- Se debe fijar un horario de apertura de puerta de la oficina y el personal de RECEPCIÓN no tendrá autorización para abrir antes de la hora salvo que se les haya indicado expresamente. El resto del personal deberá saberlo e informar a RECEPCIÓN cuando esperen una visita antes del horario de apertura.
- Debe solicitar las acreditaciones de los inspectores y anotar sus nombres y número de documento de identidad.
- Llamar inmediatamente a un miembro del equipo de actuación.
- Hacerles esperar en la entrada o llevarlos a una sala (recomendado) y esperar, junto a ellos, la llegada de un miembro del equipo de actuación.

b) El EQUIPO DE ACTUACIÓN designado:

- Llamar al abogado de la empresa para que acuda lo antes posible, informar al resto del equipo de actuación y al Director General.
- Repasar velozmente el protocolo.
- Llevar a los inspectores a una sala de reuniones (si no lo ha hecho RECEPCIÓN).
- Entender el mandato de la inspección, qué tipo de investigación y la documentación que precisarán.
- Informar a los empleados de la oficina de cómo deben proceder:
 - No borrar ni destruir ningún documento o archivo físico o informático.
 - No tocar ningún precinto que eventualmente los inspectores pudiera poner.
 - No comunicarse con los inspectores sin autorización y sin estar presente uno de los miembros del equipo de actuación.
 - No firmar ningún documento si autorización del departamento legal.
 - No discutir ni interna ni externamente sobre la inspección.
- Tomar nota de todo para poder informar correctamente.
- Acompañar a los inspectores en todo momento y estar presentes siempre que estos pregunten a cualquier empleado o accedan a información.

Consejo

c) RESTO DE LOS EMPLEADOS:

Cuando circulamos por carretera y un agente de la ley nos para, proactivamente no enumeramos todas la posibles infracciones o faltas que hayamos podido cometer. Normalmente escuchamos el motivo por el que se nos ha detenido y lo que nos solicitan y actuamos en consecuencia. En el caso de una inspección de la CNC su comportamiento debe ser el mismo.

- Estamos obligados a colaborar y a responder a las preguntas que nos hagan SOBRE HECHOS, no a dar opiniones, suposiciones o hacer especulaciones. Sólo se deben dar respuestas que se conozcan fehacientemente.
- Estamos obligados a facilitar la información que se nos solicite pero no a ofrecer proactivamente información.

El equipo de actuación deberá indicar quienes son las personas autorizadas a responder las preguntas en función de su conocimiento sobre los temas.

Exija que este presente un miembro del EQUIPO DE ACTUACIÓN, o un representante legal, que deberá anotar todas las preguntas y respuestas y quién las ha facilitado.

Los inspectores pueden grabar las sesiones de preguntas.

Acceso a la documentación

La inspección debe proceder interfiriendo lo mínimo posible en la marcha del negocio. El equipo de actuación debe velar por ello.

Los inspectores tienen derecho a acceder a todos los ficheros y carpetas, incluidas las de correo electrónico, de todos los ordenadores y servidores y se les deberá facilitar el acceso. Pero no debemos darles el acceso libre si no que deben estar siempre presentes el usuario del ordenador, o técnico del servidor, y un miembro del equipo de actuación. Si los inspectores insisten en manejar ellos los equipos se les debe hacer firmar un documento en el que se responsabilizan de posibles daños a los mismos y de su obligaciones según la Ley de Protección de Datos Personales en el eventual caso de que accedan a alguno.

Los inspectores pueden hacer copias de toda la información y documentos pero no pueden llevarse los originales.

ANOTACIONES

Se debe hacer una doble copia, para conservarla, de todo el material o documentos que copie la inspección y poner un sello de confidencial en las mismas.

La única documentación que los inspectores no pueden ver son las comunicaciones sujetas a secreto entre cliente y abogado. Estas comunicaciones deben estar aisladas e indicadas como tales.

Los inspectores tienen derecho a revisar otros equipos electrónicos como tabletas, teléfonos móviles, memorias USB etc..

También pueden solicitar acceder a cuentas de correo privadas de los empleados (suelen hacerlo). El equipo de actuación tiene que mostrar su desacuerdo y consultarlo con el abogado quien determinará si con el mandato de la inspección pueden hacerlo o no.

Resumen de la Inspección

Un miembro del equipo de actuación, junto con el abogado de la empresa, al finalizar la inspección, deberá recopilar todo el material completo de la misma:

- Una relación de todas las preguntas y respuestas respetando la cronología e indicando la persona que las ha dado.
- Una copia de todo el material copiado por la inspección.
- Asimismo se recomienda tener copia de los criterios de búsqueda de documentos utilizados.