

# Guía de competencia

*Aprobada por la Junta Directiva de Fenin, el día 23 de octubre de 2025*

## Introducción

En virtud del artículo 7 de los Estatutos de Fenin, la Federación Española de Empresas de Tecnología Sanitaria (Fenin) se compromete al estricto cumplimiento de la normativa española y comunitaria en defensa de la competencia.

Se ha desarrollado la presente guía con el fin de facilitar la adecuada interpretación y aplicación en materia de competencia del Tratado de Funcionamiento de la UE (TFUE)<sup>1</sup>, de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia<sup>2</sup> y del Reglamento 1/2003 relativo a la aplicación de las normas sobre competencia<sup>3</sup>. Asimismo, se ha atendido a lo establecido en la Guía para Asociaciones Empresariales<sup>4</sup>, publicada por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

Como recordatorio, las normas de competencia, las cuales aparecen recogidas en el Anexo I, serán siempre circuladas y firmadas al inicio de cada reunión de Fenin.

## A. La prohibición de acuerdos anticompetitivos

Los acuerdos horizontales entre competidores que restrinjan la competencia entre los Estados miembros de la UE están prohibidos en virtud del artículo 101, apartado 1, del Tratado de Funcionamiento de la UE (TFUE) y del artículo 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, ya sean formales o informales. Por lo tanto, ningún miembro de Fenin debe discutir ni participar en ninguna de las siguientes actividades:

- **Fijación de precios**, de compra o de venta u otras condiciones de transacción de forma directa o indirecta;
- **Limitar o controlar la producción, el mercado, el desarrollo técnico o las inversiones**;
- **Reparto o división del mercado**, así como las fuentes de abastecimiento;
- **Aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes**, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva;

---

<sup>1</sup> Tratado de funcionamiento de la Unión Europea EUR. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/ES/legal-content/summary/treaty-on-the-functioning-of-the-european-union.html>.

<sup>2</sup> Tratado de funcionamiento de la Unión Europea EUR. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/ES/legal-content/summary/treaty-on-the-functioning-of-the-european-union.html>.

<sup>3</sup> Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2003-80001>.

<sup>4</sup> G-2009-01 - Guía para las asociaciones empresariales | CNMC. Disponible en: <https://www.cnmc.es/expedientes/g-2009-0>.

- **Subordinar la celebración de contratos a la aceptación**, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos.

Los miembros de Fenin también deben abstenerse de intercambiar información sensible desde el punto de vista de la competencia.

## **B. Normas de conducta específicas dentro de una asociación empresarial**

Las asociaciones están sujetas a la misma norma de competencia que las empresas o que los operadores económicos individuales y está obligada a cumplir lo dispuesto en la legislación sobre defensa de la competencia.

Una decisión de una asociación empresarial puede constituir una práctica anticompetitiva y ser, por tanto, sancionable en aplicación de la Ley de Defensa de la Competencia.

Tanto las asociaciones como los cargos directivos que las representan tienen que ser conscientes de que sus mensajes en forma de recomendaciones (una declaración de intenciones en los medios de comunicación, por ejemplo) pueden ser ilícitos si son aptos para unificar el comportamiento de sus asociados y el de otros terceros, alterando el normal funcionamiento del mercado.

Hay dos áreas específicas que requieren especial atención cuando los miembros de Fenin interactúan entre sí en el marco de Fenin:

**1 - Estándares de la industria:** Fenin y los grupos de Fenin (dentro de Fenin) pueden desarrollar y promover, normas de la industria, códigos de prácticas o términos estándar y condiciones para los acuerdos. Los estándares son generalmente pro competitivos, ya que definen la ética, los requisitos técnicos o de calidad que pueden cumplir los productos o servicios actuales o futuros y mejorar el funcionamiento del mercado. Sin embargo, ni Fenin ni sus miembros deben utilizar las normas para intercambiar información comercialmente sensible o para restringir la competencia. Se debe buscar asesoría legal externa si es necesario cuando se discute desarrollo de estándares.

Estarán prohibidos aquellos acuerdos de estandarización que introduzcan restricciones innecesarias de la competencia, por ejemplo, imponiendo barreras de entrada no justificadas para los fines que se persiguen o haciendo que el estándar se convierta en obligatorio para las empresas.

En consecuencia:

- Las normas deben estar relacionadas con objetivos legítimos específicos y no deben abarcar más de lo necesario para lograr estos objetivos;
- Como regla general, el establecimiento de normas no debe utilizarse para:
  - Reducir o eliminar la competencia de precios;
  - Limitar el desarrollo técnico o la innovación;
  - Perjudicar a los competidores negando injustamente el acceso a la norma.

- A tal efecto:
  - Las normas no deben utilizarse para levantar barreras a la entrada en el mercado o para excluir a los competidores del mercado;
  - La participación en el establecimiento de normas debe ser ilimitada y no de carácter discriminatorio;
  - Los procedimientos de adopción estándar deben ser transparentes;

**2 - Intercambio de información:** Los miembros de Fenin nunca deben, ni en reuniones formales (dentro de Fenin o de otro modo) o en otras reuniones informales, intercambiar información confidencial o información comercialmente sensible (enumerada de forma no exhaustiva a continuación) entre sí o con otros competidores. Los miembros de Fenin no deben discutir ni intercambiar directa o indirectamente:

- Precios, descuentos o términos contractuales relacionados con el precio;
- Datos individualizados sobre volúmenes de producción, ventas o capacidad;
- Relaciones con clientes o proveedores;
- Planes de negocio confidenciales o estrategia comercial y previsiones individuales de evolución del mercado;
- Fortalezas y debilidades competitivas en áreas particulares;
- Planificación de la producción o niveles de producción, incluido el inventario / acumulación de pedidos;
- Desarrollo de productos o inversión en programas de investigación y desarrollo que aún no se hacen públicos conocido;
- Datos individualizados de cuota de mercado.

El benchmarking (la evaluación comparativa), es decir, la recopilación y distribución de datos estadísticos, generalmente está permitida, si y sólo si, se respetan las siguientes condiciones y se busca el asesoramiento de un asesor legal externo:

- Confidencialidad
- Sólo datos agregados, de manera anónima.

### **C. Decisiones y recomendaciones de precios, de reparto de mercados, y de otras condiciones comerciales**

Uno de los casos que más preocupación suscita desde el punto de vista de la defensa de la competencia son las decisiones y recomendaciones de las asociaciones empresariales que afectan a aspectos relevantes de la actividad comercial, dirigidos a sus empresas asociadas o a cualquier otro operador del mercado.

En un mercado competitivo las empresas deben poder fijar autónomamente su política comercial y de precios y, por ello, las asociaciones empresariales han de abstenerse de cualquier decisión o recomendación que tienda a eliminar dicha autonomía de las empresas asociadas.

Cuando una asociación realiza anuncios que pueden influir sobre la actuación de las empresas en materia de precios, ventas, condiciones contractuales y, en general, cualquier otra variable comercial capaz de señalar a las empresas cuál debe ser su comportamiento, debe tener en cuenta que su actuación podrá ser analizada por las autoridades de competencia para valorar su objeto y sus posibles efectos restrictivos de la competencia.

Este tipo de recomendaciones pueden realizarse a través de medios muy diversos: circulares, cartas, prensa, páginas Web o declaraciones de directivos. También pueden adoptar formas muy diversas: un anuncio explícito de precios; hacerse eco de los incrementos que otras empresas o sectores han anunciado, dándoles credibilidad; o la necesidad de repercutir el incremento de costes. El hecho de que se recurra a mecanismos menos explícitos no evita necesariamente el carácter restrictivo de la conducta si el mensaje tiene aptitud para unificar el comportamiento de las empresas.

#### **D. Boicots**

Una de las actuaciones más perjudiciales para la competencia que una asociación empresarial puede realizar es el boicot a un operador del mercado, ya sea un proveedor, un cliente o un competidor.

El boicot puede manifestarse de diversas formas, si bien con carácter general implicará una respuesta coordinada de las empresas asociadas que perjudique directamente a otro operador u operadores con los que guarden alguna relación.

Esta vulneración de la libertad empresarial del boicoteado es contraria al Art. 1.1 de la LDC y no puede encontrar justificación alguna.

En particular, no resulta aceptable el boicot que pretenda justificarse por ser una respuesta ante una actuación ilícita del operador boicoteado: la defensa frente a una conducta competitiva ilegal es la denuncia y la persecución de la infracción y no la comisión de otra infracción del derecho de la competencia.

#### **E. Publicidad**

Los estatutos de las asociaciones empresariales u otras normas asociativas internas como códigos deontológicos, de publicidad o de autorregulación prohíben o establecen limitaciones a determinadas prácticas publicitarias (por ejemplo, la publicidad comparativa) o a determinadas alegaciones en el mensaje publicitario (por ejemplo, referencias al precio del servicio) de las empresas asociadas que van más allá de lo que se considera desleal o ilícito conforme a la Ley de Competencia Desleal y a la Ley General de Publicidad.

Debe tenerse en cuenta que en la comercialización de bienes y servicios la publicidad es un elemento de vital importancia para la actuación competitiva de las empresas. Por ello, la licitud de este tipo de normativa o de códigos de autorregulación publicitaria está condicionada a que persigan la satisfacción de un interés general (la protección de la salud, de la infancia...) y sean indispensables para alcanzar ese objetivo.

Una asociación empresarial puede considerar adecuado realizar una campaña de publicidad conjunta para que sus asociados hagan llegar a sus clientes un determinado mensaje.

Si la campaña de publicidad contiene recomendaciones de precios o de otras condiciones comerciales se considerará, con criterio general, contraria a la Ley de Defensa de la Competencia, puesto que estará limitando la actuación autónoma de los operadores ante sus clientes, sus proveedores o sus competidores.

Cuando el objeto de la iniciativa sea únicamente realizar publicidad en común, se podrá valorar que no afecta negativamente a la competencia en el mercado siempre que no impida a los miembros asociados hacer publicidad propia o bien les imponga otro tipo de restricciones.

## **F. Contrato Tipo**

La economía de mercado se construye sobre el principio de libre empresa y de libertad de contratación. La figura del contrato tipo, por cuanto estandariza los términos contractuales que finalmente suscriben distintos operadores que compiten en el mismo mercado, resulta, en esencia, contradictoria con este planteamiento.

La aplicación de los contratos tipo puede afectar a la libre competencia al coartar la independencia de los operadores económicos y homogeneizar su comportamiento. Al alinear las estrategias comerciales, los contratos tipo limitan la capacidad de los clientes de optar entre ofertas diversas, no sólo en relación al precio o la calidad, sino también en función de otras condiciones de comercialización. Con carácter adicional, este alineamiento de los comportamientos empresariales puede favorecer la colusión.

Por ello, las autoridades de competencia suelen ser muy estrictas en el análisis de los contratos tipo. En general no se considerarán lícitos, salvo que sus beneficios queden acreditados y compensen claramente los riesgos que puedan conllevar.

## **G. La prohibición de abuso de la posición de dominio**

Queda prohibida la explotación abusiva, por parte de una o más empresas, de una posición de dominio en todo o en parte del mercado interior, en virtud de artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la UE (TFUE) y del artículo 2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

El abuso podrá consistir, en particular, en:

- a) La imposición, de forma directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales o de servicios no equitativos.

- b) La limitación de la producción, la distribución o el desarrollo técnico en perjuicio injustificado de las empresas o de los consumidores.
- c) La negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra de productos o de prestación de servicios.
- d) La aplicación, en las relaciones comerciales o de servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloque a unos competidores en situación desventajosa frente a otros.
- e) La subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos de comercio no guarden relación con el objeto de dichos contratos.

## **Anexo I: Normas de competencia a las reuniones celebradas en el marco de Fenin**

### **SE DEBE**

- 1) Mantener la confidencialidad de la información intercambiada durante las reuniones.
- 2) Tratar temas relacionados con las políticas públicas, educación, avances científicos, normativa de interés para el Sector, tendencias industriales, estudios de mercado o comparativas de interés general e información general de utilidad para el Sector. En el momento de tratar algún tema relacionado con el listado anterior (prohibiciones), la discusión debe llegar a su fin.
- 3) Informar a Fenin en caso de no estar de acuerdo con sus decisiones. Es necesario guardar una copia de dicha comunicación en caso de hacerla por algún medio escrito.
- 4) Rechazar inmediatamente cualquier tipo de información confidencial de competidores que se reciba, sin guardar coipas de la misma.
- 5) Advertir al Consejo de Administración de la empresa asociada en cuyo nombre se asista a la reunión de cualquier tipo de contacto recibido para intercambiar información comercial o coordinar conductas que afecten al mercado.
- 6) Consultar a Fenin en caso de tener alguna duda.
- 7) Contar con la presencia de personal interno de Fenin en todas las reuniones.

### **SE PROHÍBE**

- 1) Tratar y, por lo tanto, llegar a acuerdos encaminados a la concertación de prácticas o condiciones comerciales, tales como fijación de precios, reparto de mercado, limitación o control de producción, la distribución, el desarrollo técnico o la inversión y, la aplicación de condiciones discriminatorias.
- 2) Organizar ni asistir a reuniones sin un orden del día previamente establecido.
- 3) Grabar las reuniones sin consentimiento previo expreso de Fenin, así como el uso de cualquier tipo de chatbot para grabar, transcribir y compartir las reuniones.
- 4) Participar en reuniones no programadas con antelación salvo por motivos de extrema urgencia o cuando sean reuniones o eventos de tipo social.
- 5) Aceptar información comercial de carácter confidencial o acordar el intercambio de dicha información entre empresas competidoras.

- 6) Participar en el intercambio de información, en estudios de mercado o comparativas que permitan el acceso a información confidencial entre los competidores.
- 7) Llegar a acuerdos sobre negociaciones, ventas o compras conjuntas sin el debido asesoramiento legal.
- 8) Excluir a las empresas competidoras u organizar boicots contra las mismas.