



1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste Manual é informar e conscientizar os empregados e prepostos da Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração (“CBMM”), permitindo a identificação e prevenção de riscos relacionados à legislação de defesa da concorrência.

Este Manual deve servir como forma de auxílio e consulta frequente sempre que houver dúvidas em relação às condutas comerciais e contatos com concorrentes, clientes e fornecedores. Se as dúvidas persistirem, consulte o Departamento Jurídico.

2. A LEGISLAÇÃO DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA

O objetivo é promover a livre concorrência e a livre iniciativa em todos os setores da economia. A preservação da livre concorrência garante que os consumidores tenham acesso a bens e serviços com a melhor qualidade possível ao menor preço possível, obrigando as empresas a investir continuamente na qualidade de seus produtos e na eficiência de seus processos produtivos.

De modo geral, as autoridades de defesa da concorrência atuam em duas frentes: (i) no controle de alterações estruturais do mercado, ou seja, analisando operações entre empresas que de alguma forma podem afetar a dinâmica concorrencial de determinado segmento (“atos de concentração”) e (ii) na repressão de condutas anticoncorrenciais.

É importante ter em mente que a CBMM está sujeita as leis de defesa da concorrência do Brasil e de outros países em que tem operação ou clientes.

3. POR QUE CUMPRIR AS LEIS DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA?

Além dos evidentes transtornos práticos e dos custos relacionados a uma investigação (honorários, custas processuais, tempo e envolvimento da administração), a condenação por uma infração concorrencial tem um custo imensurável em termos de reputação: a boa imagem da CBMM diante de seus clientes e fornecedores pode ser irremediavelmente abalada por conta de uma condenação por prática anticoncorrencial – ou mesmo por conta de mero envolvimento em investigações dessa natureza – que podem levar à perda de credibilidade. Da mesma forma, investigações concorrenciais também podem levar as pessoas físicas a situações extremamente desagradáveis no seu círculo familiar e social, sujeitando-as a penalidades administrativas e criminais.

a) Empresas

As empresas condenadas estão sujeitas às seguintes sanções no âmbito administrativo, de acordo com a legislação brasileira:

- √ Multa de 0,1 a 20% do faturamento bruto no último exercício no ramo de atividade empresarial em que ocorreu a infração. O valor da multa não deverá ser inferior à vantagem auferida com a prática anticompetitiva.
- √ Publicação de extrato da decisão condenatória em jornal de grande circulação.
- √ Proibição de contratar com instituições financeiras oficiais e participar de licitação junto à Administração Pública por prazo não inferior a cinco anos.
- √ Inscrição no Cadastro Nacional de Defesa do Consumidor.
- √ Licença compulsória de patentes de titularidade.
- √ Perda de incentivos fiscais ou subsídios públicos.
- √ Cisão de sociedade, transferência de controle societário, venda de ativos, cessação parcial de atividade, ou qualquer outro ato ou providência necessários para a eliminação dos efeitos nocivos à ordem econômica.

b) Pessoa Física

As pessoas físicas condenadas estão sujeitas às seguintes sanções no âmbito administrativo, de acordo com a legislação brasileira:

- √ Multa de 1 a 20% do valor da multa aplicada à empresa, de responsabilidade pessoal e exclusiva, no caso de administrador que seja direta ou indiretamente responsável pela infração cometida.
- √ Multa de R\$ 50 mil a R\$ 2 bilhões, no caso de outras pessoas físicas que não exerçam cargo de direção ou administração na empresa.
- √ Proibição de exercer o comércio em nome próprio ou como representante de pessoa jurídica, pelo prazo de até 5 (cinco) anos.

Cartel é crime! As penas podem ser de 2 a 5 anos de prisão e multa.

AÇÕES DE INDENIZAÇÃO: A condenação por ilícitos concorrenciais, além de resultar em penalidades administrativas, de um lado, e criminais, de outro, pode também ensejar ações de indenização, movidas por consumidores, fornecedores e concorrentes lesados financeiramente pelo ilícito cometido pelas empresas e pessoas físicas condenadas.

4. GUIA DE BOLSO: BOAS PRÁTICAS

- ◆ NUNCA combine ou permita que alguém combine com concorrentes, formal ou informalmente, verbalmente ou por escrito, quaisquer tipos de compromissos voltados à diminuição da concorrência ou que estejam relacionados a preços,

- quantidades, áreas de atuação, condições de venda, inovações tecnológicas ou a quaisquer outras variáveis comerciais, tais como custos, capacidade instalada ou ociosa, tipos de produtos, inovações tecnológicas, diferenciais competitivos;
- ◆ NUNCA discuta, compartilhe ou permita que alguém discuta ou compartilhe com concorrentes, verbalmente ou por escrito, informações históricas ou futuras sobre preços, quantidades, áreas de atuação, condições de venda, inovações tecnológicas ou quaisquer outras informações de natureza comercial, como custos, capacidade instalada ou ociosa, tipos de produtos, inovações tecnológicas, diferenciais competitivos dentre outros, em qualquer foro que seja. Caso esteja presente em uma reunião quando esse tipo de discussão ocorrer entre terceiros, proteste e registre sua saída em ata;
 - ◆ NUNCA recuse o fornecimento de produto a algum cliente sem justificativa e embasamento econômico;
 - ◆ NUNCA condicione, explicitamente ou por indução, a venda de um produto ou serviço à venda de um outro produto ou serviço;
 - ◆ Não conceda descontos sem respaldo em custos;
 - ◆ NUNCA celebre acordos de exclusividade com clientes ou fornecedores que possam comprometer parcela relevante do mercado e prejudicar a concorrência;
 - √ CUIDADO ao preparar documentos e comunicações internas ou externas;
 - √ LEMBRE-SE de que as leis de defesa da concorrência de outros países também podem ser aplicadas à CBMM e que uma investigação iniciada em um país resultará em investigações em outros locais;
 - √ SEMPRE se assegure de que todas as decisões comerciais sejam tomadas de forma independente e em benefício exclusivo da CBMM, de seus colaboradores e de seus clientes e fornecedores;
 - √ SEMPRE se assegure de que as reuniões com concorrentes sejam orientadas por uma pauta clara e legítima, e que a ata reflita o conteúdo da reunião;
 - √ SEMPRE se assegure de que as políticas comerciais da CBMM apresentem justificativas econômicas legítimas, consultando o Departamento Jurídico previamente sempre que necessário;
 - √ SEMPRE se assegure de que as pessoas que atuam em nome da CBMM perante terceiros (tais como representantes comerciais) estejam cientes e observem a legislação de defesa da concorrência e as diretrizes da CBMM sobre o tema;
 - √ SEMPRE consulte o Departamento Jurídico em caso de dúvida ou preocupação sobre a conveniência ou licitude de alguma prática;
 - √ SEMPRE reporte imediatamente ao Departamento Jurídico se tomar conhecimento de qualquer atividade que aparente inconsistência em relação às orientações deste guia.

5. GUIA DE BOLSO: ELABORAÇÃO DE DOCUMENTOS

É muito importante que todos os documentos elaborados internamente, incluindo e-mails, cartas e qualquer tipo de comunicação, inclusive telefônica, tenham clareza e sejam devidamente contextualizados para evitar riscos de “falsas aparências” e interpretações errôneas. Para isso:

Pense ANTES de escrever. É importante usar o bom senso em comunicações internas e externas. Quaisquer documentos incongruentes ou com linguagem dúbia podem ser extremamente prejudiciais no contexto de uma investigação.

Cuidado com as palavras. Evite o uso de eufemismos e adjetivos em excesso. Escreva sempre da maneira mais clara possível, refletindo a realidade e com atenção para evitar interpretações distintas e não necessariamente corretas.

Orientações:

- √ SEMPRE redobre a atenção ao fazer referências a concorrentes, concorrência, informações de mercado e preços:
 - Informações de mercado e dados sensíveis devem sempre ter a fonte claramente mencionada.
 - Não utilize palavras que tenham um significado legal específico, como, exemplificativamente, “mercado relevante”, “poder de mercado”, “posição dominante”, “venda casada”.
 - Não há problema em referências a uma concorrência agressiva, mas é necessário cuidado para evitar induções a uma concorrência predatória. Não use termos como, exemplificativamente, “aniquilar”, “eliminar”, “destruir”, “monopolizar”, “conquistar”, “dominar”, “quebrar”.
 - Jamais faça referências a “acordos de cavalheiros”, “tréguas entre agentes”, “trair o acordo”, “roer a corda”, dentre outros.
 - Não use frases que chamam a atenção como: “apague depois de ler”.
- √ SEMPRE presuma que o documento será lido por uma autoridade. Em uma investigação, nenhum documento é particular. A regra básica é: não fale ou escreva nada que não gostaria de ver publicado em uma sentença judicial ou na primeira página do jornal.
- √ SEMPRE preste atenção em exageros, eufemismos, colocações muito breves que possam ser mal interpretadas e piadas sobre questões de mercado.
- ◆ NUNCA forneça a terceiros quaisquer informações relacionadas a:
 - Estratégias de preços atuais ou futuras (incluindo descontos e outros componentes dos preços) para produtos específicos;
 - Informações sobre os termos de contratos com clientes e fornecedores;
 - Informações detalhadas sobre preços e custos;
 - Estratégias de promoção e marketing atuais e futuras;
 - Informações sobre desenvolvimento de produtos e inovações.
- √ LEMBRE-SE que no caso de eventual investigação nenhum documento é particular.

- √ LEMBRE-SE que as recomendações acima também se aplicam às conversas telefônicas.

6. GUIA DE BOLSO: PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES DE CLASSE

a) Antes da Reunião:

- √ Certifique-se dos assuntos que serão tratados na reunião e, se necessário, consulte o Departamento Jurídico sobre a legalidade dos temas que serão abordados;
- √ Certifique-se sobre quem estará presente na reunião;
- √ Certifique-se de que, sempre que possível, o representante da CBMM não seja funcionário do setor comercial ou de vendas;
- √ Se possível, participe apenas de reuniões “formais” e evite encontros informais antes ou depois da reunião;
- √ Recomende que a Associação de Classe ou Sindicato publique agendas e pautas de reuniões;
- √ Verifique se a Associação de Classe ou Sindicato adota critérios claros de adesão e exclusão de membros.

b) Durante a Reunião:

- √ Certifique-se de que alguém está preparando uma ata ou fazendo anotações dos assuntos discutidos na reunião;
- √ Atenha-se aos tópicos da pauta:
 - Evite qualquer discussão sobre quaisquer informações concorrencialmente sensíveis, como: Preços; Licitações; Margens/custo; Capacidade; Participação de mercado; Clientes; Estratégias de vendas e marketing; e
 - Alocação de negócios
- √ Sendo necessário fornecer dados da CBMM às Associações de Classe ou Sindicatos, certifique-se de que tais dados tenham caráter público ou, em caso negativo, adote uma das seguintes precauções: (i) forneça os dados de forma agregada, (ii) forneça apenas dados históricos, coletados no passado (geralmente com um ano de antecedência, mas, a depender da dinâmica do mercado, podem ser mais recentes); ou (iii) forneça os dados por meio de um mecanismo confidencial de depósito das informações, sob responsabilidade de auditoria externa e independente;
- √ Caso se sinta desconfortável com assuntos discutidos durante a reunião, manifeste seu desconforto e peça que voltem à pauta;
- √ Certifique-se que sua objeção será registrada em ata ou, pelo menos, em suas anotações;
- √ Se a discussão continuar, retire-se da reunião e faça sua saída constar em ata ou em suas anotações. Caso isso não seja feito, procure o Departamento Jurídico.

c) Depois da Reunião:

- √ Discuta qualquer preocupação decorrente da reunião com o Departamento Jurídico.
- √ Se a preocupação persistir, envie um e-mail com um resumo ou ata da reunião ao organizador da reunião e aos participantes, esclarecendo seu desconforto com os assuntos discutidos e o momento de sua saída da reunião (Antes de mandar e-mail ao organizador da reunião e aos participantes revise a minuta do e-mail junto com o Departamento Jurídico).
- √ Evite contatos/encontros desnecessários com membros da Associação para evitar qualquer oportunidade para trocas de informações indevidas e possíveis suspeitas sobre seu comportamento.

7. GUIA DE BOLSO: BUSCA E APREENSÃO

Em caso de inspeções surpresas ou de medidas de busca e apreensão de documentos por parte de autoridades:

- √ Entre em contato, em caráter de emergência, com as pessoas indicadas na lista fornecida pelo Departamento Jurídico e, na medida do possível, aguarde a chegada dos advogados ou dos responsáveis indicados;
- √ Na hipótese de não haver um representante do Departamento Jurídico que o faça, verifique sempre a identificação (identidade funcional) dos servidores públicos que requerem o ingresso nas instalações da CBMM, sem qualquer tipo de hostilidade. Verifique os objetivos e os detalhes do mandado de busca e a apreensão e somente então permita às autoridades acesso às instalações da empresa;
- √ Não permita que as autoridades transitem desacompanhadas pela empresa. Certifique-se de que um dos funcionários da CBMM sempre as acompanhe. Ofereça às autoridades uma sala reservada (como uma sala de reunião, por exemplo), e sugira que os documentos a serem analisados sejam levados a essa sala;
- √ Busque a orientação de um advogado sobre a necessidade de responder a qualquer questão formulada oralmente pelas autoridades, inclusive sobre a localização de arquivos ou documentos. Evite, ao máximo, conversar com as autoridades e não forneça, ainda que informalmente, sua opinião pessoal sobre qualquer assunto;
- √ Não destrua quaisquer documentos, nem mesmo arquivos eletrônicos. Lembre-se, inclusive, que quase sempre, eles podem ser recuperados por técnicos ou peritos de informática;
- √ Somente disponibilize às autoridades documentos produzidos por advogados ou consultores externos da empresa sob a orientação de um advogado;
- √ Observe e tome nota de todas as questões feitas pelas autoridades;
- √ Solicite uma lista dos documentos e bens coletados pelas autoridades e providencie cópias e back-ups;

- √ Mantenha discrição e sigilo sobre o procedimento de inspeção até que seja orientado pelo advogado. Não converse com terceiros a respeito do procedimento. Apenas as pessoas autorizadas podem comunicar-se com a imprensa;
- √ Mantenha a calma e procure zelar pela serenidade do ambiente.

8. CONDUTAS ANTICONCORRENCIAIS

Tecnicamente, qualquer conduta que possa vir a limitar ou de qualquer forma prejudicar a concorrência, independentemente de culpa, intenção ou da produção de efeitos, é punível na esfera administrativa e, portanto, proibida. As condutas anticoncorrenciais podem se dar unilateralmente, através do abuso de poder de mercado de determinada empresa, ou através do acordo entre concorrentes (cartéis).

(i) Condutas Unilaterais

O poder de mercado de uma empresa é o conceito chave na análise dos potenciais efeitos negativos de uma determinada conduta no mercado. As práticas e políticas de empresas que detêm poder de mercado têm um potencial muito maior de afetar negativa ou positivamente a concorrência. O poder de mercado é a “capacidade de impor, de forma lucrativa, pequenos, porém significativos e não transitórios, aumentos de preço”.

O conceito de poder de mercado pode ser referido de diversas formas: “posição dominante”, “poder de monopólio”, *price maker*, entre outras. No Brasil, o poder de mercado é presumido sempre que uma empresa ou grupo de empresas controlar 20% ou mais de determinado mercado. Este percentual pode ser alterado pela autoridade de acordo com setores específicos da economia.

É importante esclarecer que a conquista de *market share* resultante de processo natural de maior eficiência da empresa em relação a seus concorrentes não é um ilícito concorrencial, o problema é o abuso deste poder de mercado. O exercício da manipulação unilateral das condições de mercado pode configurar abuso e, somente então, ser passível de persecução pelos órgãos de defesa da concorrência.

As políticas e práticas da CBMM com seus concorrentes, clientes e fornecedores devem ser tratadas sempre com muita cautela, observando-se os limites impostos pela legislação de defesa da concorrência, dadas as características dos mercados em que atua e sua privilegiada participação de mercado.

Os dois principais efeitos concorrenciais negativos associados às condutas unilaterais são (i) fechamento de mercado e (ii) aumento de custos dos rivais.

- √ Fechamento de mercado (exclusão, *foreclosure*): Ocorre quando os concorrentes são impedidos de ter acesso à uma parcela significativa (normalmente tida como superior a 30%) da rede de distribuição e clientes (em relação à demanda) ou à compra de insumos (em relação à oferta), como resultado da conduta da empresa dominante. O exemplo por excelência da conduta potencialmente problemática são os acordos de exclusividade com clientes ou fornecedores;
- √ Aumento artificial das barreiras à entrada ou à expansão de concorrentes (aumento de custos dos rivais): Ocorre quando os concorrentes são relegados a canais de distribuição ou a fornecedores de insumos reconhecidamente menos eficientes (custam mais, rendem menos) como resultado da conduta da empresa dominante. O exemplo de conduta potencialmente problemática consiste no açambarcamento das produções dos principais fornecedores, dificultando o acesso à matéria-prima e aumentando o custo de seus rivais ao se verem obrigados a buscar fontes mais custosas.

(ii) Acordos entre os Concorrentes (Cartéis)

Cartéis são acordos formais ou informais que diminuem o grau de concorrência no mercado. Trata-se das mais graves das condutas anticoncorrenciais, sendo caracterizada como “o vilão por excelência do direito da concorrência”, pois geram apenas efeitos negativos, sem qualquer aumento de eficiência econômica, sendo por isso extremamente nocivos ao bem-estar dos consumidores, aumentando os preços finais dos produtos e estimulando a ineficiência dos agentes econômicos. Exemplos típicos de cartéis (chamados de clássicos ou *hard core*) envolvem acordos de divisão de mercado, de área de atuação, a combinação explícita de preços ou a manutenção de participações de mercado.

A prática de cartel pode se dar de inúmeras formas, todas elas igualmente ilícitas. Pode ocorrer simplesmente por meio de entendimentos ou da simples troca de informações sobre preços e margens, quantidades produzidas, capacidade instalada, alocação de clientes ou de regiões de atuação, definição de vencedores em licitações públicas ou privadas, boicote a fornecedores visando à diminuição do preço de aquisição de insumos, entre outros.

A punição por prática de cartel não depende da prova da existência de um “acordo” expresso e devidamente formalizado e, em regra, também não depende do faturamento ou da participação de mercado isolada dos concorrentes envolvidos. As condenações recentes por prática de cartel se deram por meio da observação conjunta da estrutura de mercado, associada à existência de indícios do comportamento dos concorrentes e da existência de contatos entre eles. Nesse

contexto, em determinados mercados, a verificação de contatos frequentes entre concorrentes por si só já é suficiente para levantar suspeitas, ainda que não seja isoladamente suficiente para resultar em condenações.

Nesse contexto, apesar de necessárias e organizadas para fins legítimos e lícitos, as associações de classe e sindicatos frequentemente estão envolvidas em investigações e até punições decorrentes de ilícitos antitruste de cartel. As associações de classe propiciam um ambiente adequado para a troca de informações concorrencialmente relevantes para fins escusos e, portanto, a participação nessas associações requer particular atenção por parte de seus associados. Deve-se atentar para o fato de que mesmo que muitos dos participantes de uma associação não atuem de forma anticompetitiva no contexto da associação, as informações trocadas nesses tipos de reunião são muito sensíveis.

9. ANEXOS

Anexo 1 – Histórico de Revisões.



HISTÓRICO DAS VERSÕES

ANEXO 1

Nº: ADM-DECE-07

Versão: 2.0

Página: 10/10

REVISÃO	ITEM	HISTÓRICO DA VERSÃO	DATA DA VERSÃO
1.0	Todos	Emissão do documento.	18.10.17
2.0	-	Não há alterações no conteúdo do documento. A nova versão foi gerada apenas para o registro de treinamento no sistema SAP RH.	13.02.20