

GÜHRING

POLÍTICA ANTITRUSTE

Concorrência Leal



OBJETIVO DESTA POLÍTICA

Esta política tem por objetivo orientar e exigir que os colaboradores internos e externos da Gühring Brasil cumpram com as leis de Defesa da Concorrência (Lei 12.529/2011) brasileiras, a fim de assegurar a proteção da livre concorrência nas suas atividades, e prevenir riscos de infrações quanto a condutas inadequadas no relacionamento com concorrentes, quando do exercício de suas funções e atividades em nome da empresa.

É parte das ações de integridade corporativa da Gühring Brasil e complementa as disposições relevantes do Código de Conduta, devendo ser interpretada de acordo com ambos os documentos, e demais políticas correlatas que forem sendo divulgadas pela Gühring Brasil.

A Gühring Brasil e suas áreas de negócio poderão adotar procedimentos mais rigorosos do que os previstos nesta Política, quando considerá-los apropriados com base em uma avaliação de risco, e os levará a conhecimento dos Colaborares, para integral cumprimento de referidos procedimentos.

Além disso, esta Política leva em consideração as melhores práticas de governança corporativa no que tange às medidas antitruste.

APLICABILIDADE

Aplica-se a todos os colaboradores atuando exclusivamente em nome dos negócios da empresa, ou em nome de clientes, individual, ou em conjunto com sócios (“Colaboradores Internos”) ou parceiros, fornecedores, prestadores de serviço, subcontratados e consultores (“Colaboradores Externos”).



DEFINIÇÕES

Os termos utilizados nesta Política devem ser considerados de acordo com a seguinte definição:

Administradores: diretores estatutários e não estatutários quando aplicável;

Abuso do Poder Econômico por posição dominante: considera-se posição dominante sempre que uma empresa for capaz de alterar unilateral ou coordenadamente as condições de mercado ou quando controlar 20% (vinte por cento) ou mais do mercado relevante. É obviamente legítimo e saudável, para qualquer empresa, crescer e atingir uma grande participação no mercado e, portanto, atingir uma posição dominante. Uma empresa com posição dominante, contudo, não pode abusar dessa posição realizando práticas que possam discriminar consumidores, clientes e outros participantes do mercado;

Cartel: é um acordo explícito ou implícito entre empresas concorrentes para, principalmente, fixar preços ou cotas de produção, divisão de clientes e de mercados de atuação ou, por meio da ação coordenada entre os participantes, restringir, impedir ou distorcer a concorrência e aumentar os preços dos produtos, obtendo maiores lucros, em prejuízo do bem-estar do consumidor/clientes;

Concorrentes: empresas que atuem no mesmo segmento de mercado que a Gühring Brasil;

Colaboradores Internos: administradores e empregados da Gühring Brasil atuando exclusivamente em nome dos negócios da empresa, ou em nome de clientes, individual, ou em conjunto com sócios devidamente contratados;

Colaboradores Externos: parceiros, fornecedores, prestadores de serviço, subcontratados e consultores da Gühring Brasil incluindo representantes comerciais, distribuidores, advogados, e revendedores;

Informações Concorrencialmente Sensíveis: São informações que não sejam publicamente conhecidas e que permitam conclusões firmes sobre o comportamento de mercado dos Concorrentes, como por exemplo, volume e tendências de receita e de faturamento e de participações no mercado, lucros e prejuízos, estratégias de definição de preços, design, tecnologia etc.;

Terceiros: qualquer pessoa, física ou jurídica, contratada da Gühring Brasil, e que tenha ou venha a ter qualquer tipo de contato com quaisquer concorrentes em nome da Gühring Brasil. Assim, por exemplo, são considerados terceiros, para fins desta Política: representantes comerciais, consultores, advogados, distribuidores, revendedores, etc., (veja também definição de Colaboradores Externos).

REQUISITOS GERAIS

O objetivo das leis anticoncorrenciais é preservar uma economia livre, assegurando a concorrência no mercado de acordo com critérios justos e independentes. A real concorrência apenas funciona se cada empresa determinar suas próprias estratégias e políticas (como por exemplo, a política de preços), sem qualquer envolvimento (discussões, trocas de informação, etc.) entre os concorrentes.

Portanto, como regra geral, qualquer discussão ou acordo com concorrentes, sob qualquer forma, com o objetivo ou efeito de impedir, restringir ou distorcer a concorrência, violará as Leis de Livre Concorrência e esta Política.

São proibidas e devem ser combatidas todas as práticas que violem a livre concorrência, o que inclui o combate à fixação de preços ou condições de venda entre concorrentes (cartel), abuso do poder de mercado ou econômico, prática de preços predatórios e dumping, divisão de mercados ou acordos com concorrentes, oferecimento de vantagens ilícitas ou qualquer outra prática anticoncorrencial.

A violação das leis anticoncorrenciais pode resultar em sérias consequências, tanto para a Gühring Brasil, quanto para seus colaboradores. No Brasil, a multa para a pessoa jurídica pode variar entre 1% a 20% do faturamento bruto anual da empresa, além de outras penalidades, inclusive de natureza criminal para as pessoas físicas envolvidas (exemplo: acordos de delação premiada).

PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

A seguir são apresentados os conceitos e orientações que devem ser seguidos para o cumprimento da presente Política, com base na Lei 12.529/2011, além das práticas e condutas que são proibidas de acordo com a legislação aplicável.

Informações Concorrencialmente Sensíveis

É proibida, no âmbito das práticas comerciais e no relacionamento com os Concorrentes da Gühring Brasil, a troca de informações que sejam sensíveis do ponto de vista concorrencial (“Informações Concorrencialmente Sensíveis”), especialmente aquelas abaixo relacionadas.

Questões relacionadas a preços, como condições de venda (inclusive elementos de custo), prelos mínimos, lista de preços, margens, métodos de cálculo, descontos, especialmente se segmentados por clientes e fornecedores, planos de aumento ou de redução de preços:

- volumes de venda de serviços;
- divisão de mercado (geográfico ou de clientes);
- informações acerca de planos estratégicos;

- assuntos relativos a composição de preços e condições comerciais de fornecedores ou clientes específicos;
- valores pagos a título de comissões;
- métodos de comercialização de serviços;
- resultados contábeis e gerenciais não divulgados ao mercado;
- modelos de avaliação de risco;
- planos sobre desenvolvimento de novos negócios ou de estratégias de MKT;
- qualquer outra informação de natureza confidencial, cuja divulgação prejudique a livre concorrência entre as empresas no mercado.

Jamais discuta com Concorrentes sobre a participação ou não em concorrências ou projetos específicos, ou a predeterminação de quem será o “vencedor” de uma concorrência ou projeto, fazendo acordos sobre o preço dos “ganhadores” ou “perdedores”.

Lembre-se: A troca de Informações Concorrencialmente Sensíveis pode configurar a formação de cartel, ainda que você receba referida informação apenas de forma passiva.

Para a configuração de cartel, não é necessário que o acordo seja implementado ou gere efeitos efetivos. Então, não troque informações, nem mesmo de forma confidencial (do tipo “ficará apenas entre eu e você”) ou em tom de brincadeira, porque o que é dito verbalmente pode transformar-se posteriormente em um documento escrito por parte do Concorrente.

Práticas Comerciais

Não são admitidas na atividade comercial da Gühring Brasil e fornecedores as práticas que prejudiquem o exercício da livre concorrência e são proibidas pela legislação, tais como:

- o abuso do poder de mercado ou do poder econômico;
- a discriminação injustificada de preços entre os clientes;
- a prática de dumping ou preços predatórios (abaixo do custo variável médio, visando eliminar concorrentes);
- o fechamento de mercado para outros concorrentes;
- a recusa injustificada na celebração de contratos comerciais.

Relacionamento com Concorrentes

No relacionamento da Gühring Brasil com seus concorrentes em qualquer ambiente, ainda que no âmbito das associações de classe, é vedada a troca de Informações Concorrencialmente Sensíveis que prejudiquem a livre concorrência, de modo a favorecer a própria Gühring Brasil ou um concorrente, ou prejudicá-lo.

Neste sentido, são proibidas as seguintes práticas:

- a celebração, ainda que verbal e mesmo que de forma indicativa ou sugestiva, de acordos com concorrentes, com ou sem a interferência de associação de classe, sobre nivelção de preços, custos, formas de atuação ou vendas, cláusulas contratuais padronizadas, remunerações, divisão de mercado (por região ou por cliente) etc., bem como sobre participações, condições e combinação de resultados em licitações públicas;
- a discussão de assuntos envolvendo Informações Concorrencialmente Sensíveis com concorrentes;
- o fornecimento, sem a devida cautela, de Informações Concorrencialmente Sensíveis à associação, ainda que para efeito de diagnóstico de mercado ou resposta a autoridades. Neste caso, deverá ser assegurada a confidencialidade das informações, que deverão ser entregues a pessoal da associação desvinculado dos concorrentes;
- a adoção de iniciativas visando: (I) tabelamento de preços, inclusive quando relacionada a pagamento de comissões de agentes atuantes em outros elos da cadeia de negócios; (II) boicote a fornecedores ou clientes; ou (III) exclusão de concorrente, fornecedor ou cliente.

Operações Societárias

Em operações societárias, tais como fusões, aquisições, incorporações, joint ventures, entre outras, é proibido fornecer, receber ou trocar Informações Concorrencialmente Sensíveis com administradores, colaboradores ou pessoas que atuem em nome da empresa envolvida, antes da aprovação definitiva pelo CADE. Excetua-se as informações necessárias à análise de viabilidade do negócio, que sempre serão amparadas pelo instrumento contratual que assegure a confidencialidade e não divulgação das informações.

Informações Obtidas de Não Concorrentes

Obter informações de mercado sobre Concorrentes não é um problema se forem obtidas de um cliente, ou de um terceiro que não seja o Concorrente. Se essas informações forem armazenadas internamente, deve haver um registro com a especificação da fonte.

Contatos Particulares e Acidentais com Concorrentes

Você pode ter contatos com amigos ou parentes que trabalhem para concorrentes ou que possam entrar em contato com concorrentes por acidente, mas não fale sobre assuntos de negócios.

Recrutamento de Funcionários de Concorrentes

Ao realizar entrevistas de trabalho com quem atualmente trabalha para Concorrentes, você deverá observar o seguinte:

- faça perguntas referentes à experiência do candidato, sua capacidade de realizar a atividade pretendida, seu esquema de remuneração, qual seu trabalho e motivos para a saída, por exemplo; e
- não faça perguntas referentes à empresa Concorrente (Informações Concorrencialmente Sensíveis), que não sejam necessárias para o processo de recrutamento.

Confidencialidade

Não é permitida a abertura de nenhuma informação estratégica da Gühring Brasil a quaisquer terceiros. Em qualquer troca de informações confidenciais que seja necessária, desde que de acordo com a legislação em vigor e sem violação desta Política, é obrigatória a celebração de um Acordo de Confidencialidade.

Meios de Registro de Troca de Informações Concorrencialmente Sensíveis

Para fins de violação desta Política e da legislação concorrencial, a troca destas Informações Concorrencialmente Sensíveis independe do meio de comunicação pelo qual sejam realizadas, inclusive os meios informais de comunicação, tais como atas de reunião internas, e-mails, telefone, mensagens de texto por celular, anotações, etc.

Atuação em Associações de Classe

A atuação em associações de classe, especialmente as associações comerciais, deverá observar o estabelecido na legislação em vigor, devendo ser exigido da associação e seus integrantes:

- a pré-aprovação, pelo responsável por Compliance, do(s) nome(s) das pessoas que participarão em nome da Gühring Brasil e a garantia de que estas pessoas estão cientes das diretrizes contidas nesta política. O responsável por Compliance deve manter uma lista dos nomes dos participantes em Associações em que a Gühring Brasil participa;
- as reuniões deverão conter pautas pré-definidas e disponibilizadas a todos os participantes antecipadamente, não se permitindo o item “outros assuntos” na pauta das reuniões;
- o registro em ata de todas as reuniões;
- a pronta interrupção e exclusão de assuntos que envolvam Informações Concorrencialmente Sensíveis de quaisquer associados;
- o tratamento sigiloso das Informações Concorrencialmente Sensíveis eventualmente solicitadas pela associação para finalidade de projetos de interesse comum, inclusive para efeitos de diagnóstico de mercado ou resposta a autoridades, e, dentro do possível, disponibilizados de forma agregada ou consolidada, sem identificação de cada empresa participante.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constitui responsabilidade de todos os Colaboradores e Terceiros garantir o cumprimento desta Política.

Caso sejam identificados indícios, reais ou potenciais, de algum ato ilícito ou em desconformidade com os princípios e diretrizes desta política ou com os valores éticos e de integridade da Gühring Brasil praticados por qualquer colaborador, o responsável pelo Compliance deverá ser informado imediatamente, o que poderá ser feito através de um relato via e-mail para o gestor da Controladoria que o encaminhará imediatamente ao Comitê de Ética da Gühring Brasil.

Como reagir caso ocorra a troca de informações “concorrencialmente sensíveis”?

Caso Informações Concorrencialmente Sensíveis sejam discutidas por um representante de um Concorrente, adote sempre a seguinte regra:

1. Solicite ao Concorrente para que interrompa a discussão e informe aos participantes que você não está autorizado a discutir este tipo de assunto;
2. Saia do ambiente, de forma que os presentes percebam a sua saída e o porquê;
3. Reporte imediatamente o ocorrido ao seu superior imediato, que deverá reportar ao responsável por Compliance;
4. Devolver Informações Concorrencialmente Sensíveis recebidas indevidamente, apagá-las e informar ao remetente. Arquivar o e-mail informando que a mensagem foi deletada e comunicar o Departamento Jurídico;
5. Muitas jurisdições, como o Brasil, oferecem imunidade ou redução das penalidades para a primeira empresa que relatar violações concorrenciais para a autoridade concorrencial (Acordos de Leniência). A denúncia precisa ser feita de forma rápida, para garantir a prioridade da empresa. Para que a empresa avalie então se fará a denúncia para se valer do Acordo de Leniência, é crucial que você reporte imediatamente o ocorrido ao Gestor da Controladoria, responsável por Compliance ou ao Comitê de Ética.

Lembre-se: participações passivas não são permitidas e também podem configurar violações à legislação concorrencial

Penalidades

Cometer infrações que violem o direito à livre concorrência pode expor a Gühring Brasil, as pessoas que atuem em seu nome ou a associação de classe eventualmente envolvida, e expô-las às penalidades administrativas, civis e criminais aplicáveis, além de causar danos enormes à sua reputação.

Internamente, o descumprimento das diretrizes desta Política poderá ensejar a aplicação das medidas disciplinares, que poderão variar de advertência verbal a demissão por justa causa.

Terceiros eventualmente infratores estarão sujeitos às sanções comerciais contratuais cabíveis, incluindo a imediata rescisão contratual, com aplicação das penalidades decorrentes da rescisão, sem prejuízo de ação indenizatória e outras providências legais cabíveis.

DIVULGAÇÃO

Esta Política deverá ser divulgado a todos os administradores e colaboradores da Gühring Brasil, e passará a ter validade a partir da data de sua publicação.

The logo features the word "GÜHRING" in a bold, yellow, sans-serif font, centered within a black, horizontally-oriented shape that resembles a stylized keyhole or a mechanical component. This central element is set against a light gray background that has a subtle gradient and a slight shadow effect.

GÜHRING

www.guhring.com.br

Av. Tranquillo Giannini, 1051 - Distrito Industrial - 13329-600 - Salto - SP