



United Technologies

# Guia Antitrust Global para Colaboradores



A política da United Technologies Corporation (UTC) e das suas afiliadas e subsidiárias consiste em cumprir as leis de cada jurisdição em que exercemos actividade. Isso inclui o cumprimento rigoroso de todas as leis antitrust aplicáveis. Cada colaborador é responsável por garantir que a actividade comercial é realizada em conformidade com estas leis e com o *Código de Ética* da UTC.

Este Guia foi concebido para ajudá-lo a reconhecer situações empresariais que levantem questões de antitrust, para que possa obter os conselhos necessários. Este Guia não é um resumo das leis antitrust aplicáveis, que podem ser complexas e subtis quando aplicadas a circunstâncias particulares. Da mesma forma, não aborda as leis antitrust específicas de cada jurisdição na qual a UTC exerce actividade. Em vez disso, analisa os princípios gerais antitrust e afasta-o das condutas que poderiam criar até mesmo a simples sugestão de um problema de antitrust. Todas as condutas que podem levantar questões antitrust devem ser analisadas previamente com o seu Departamento Jurídico.

Este Guia não aborda as leis antitrust na medida em que se aplicam a aquisições, alienações, fusões e “joint ventures”. Se estiver a considerar uma transacção na qual a UTC irá adquirir ou ceder o controlo de uma empresa ou dos seus activos, ou criar ou aderir a uma “joint venture”, ou adquirir ou vender uma participação minoritária numa entidade, deve consultar o seu Departamento Jurídico.

## I. Por que motivo as leis antitrust merecem a nossa atenção

O incumprimento das leis antitrust cria graves riscos para a empresa, para os seus colaboradores e accionistas. As penalizações para violações são graves, incluindo penas de prisão para pessoas, multas avultadas para pessoas e para a empresa e danos profundos e duradouros na reputação da UTC. Alguns dos potenciais perigos incluem:

1. Os colaboradores que não cumprirem as leis antitrust serão sujeitos a acção disciplinar — Consoante a gravidade da violação, essa acção pode incluir a rescisão do contrato de trabalho.
2. Prisão — As leis em alguns países prevêem sanções criminais para uma violação das leis antitrust. Por exemplo, a violação da Lei Sherman, o principal estatuto antitrust federal nos Estados Unidos, constitui em muitos casos um crime grave. Por cada ofensa, uma pessoa pode ser condenada a penas de prisão de até 10 anos e multada em até 1 milhão de dólares. O governo dos EUA procura vigorosamente as condenações de crimes graves e insiste em penas de prisão substanciais para violações antitrust

- graves, tais como fixação de preços, adulteração de ofertas e afectação de clientes ou mercados. Apesar de as leis noutros países, incluindo a União Europeia e a China, poderem não prever sanções criminais, as violações destas leis podem ainda assim acarretar consequências graves, tanto para a empresa como para si pessoalmente.
3. Multas avultadas – As penalizações pecuniárias irão variar com base na jurisdição que detecta uma violação da lei. Nos EUA, uma empresa pode ser multada em até 100 milhões de dólares ou um montante equivalente ao dobro do ganho ou perda monetária resultante da ofensa, o que for maior. Na União Europeia, as multas podem totalizar até 10% das receitas globais da UTC. Multas aplicadas recentemente em diversas jurisdições (incluindo os EUA, União Europeia, México, Brasil, Índia e Rússia) oscilaram entre dezenas e centenas de milhões de dólares.
  4. Atribuição de indemnizações avultadas — A atribuição de indemnizações em processos civis de antitrust podem totalizar centenas de milhões de dólares ou mais. Nos EUA, os queixosos que ganham as acções em tribunal recebem automaticamente o equivalente a três vezes os danos reais encontrados. Atraídos pelo triplo dos danos, os distribuidores, clientes e até os fornecedores tentam frequentemente converter litígios comerciais normais em violações das leis antitrust nos EUA. Cada vez mais jurisdições fora dos EUA também começaram a reconhecer um direito de acção por litigantes privados alegadamente prejudicados por actividades anti-concorrência.
  5. Responsabilidade solidária — Cada pessoa e empresa que participem numa violação das leis antitrust é responsável por 100% das indemnizações resultantes ou dos encargos adicionais, mesmo que a empresa tenha apenas uma quota de vendas extremamente pequena no mercado afectado. Além disso, a empresa e a sua seguradora não podem isentar pessoas contra esta responsabilidade.
  6. Providências cautelares/Acordos — As providências cautelares, “ordens de cessar e proibir”, outras sentenças de tribunal e acordos ou outros podem conter proibições que extrapolam o âmbito da violação original. Essas proibições, que podem durar décadas e podem requerer uma supervisão governamental regular e intrusiva, podem prejudicar seriamente as operações e oportunidades comerciais futuras.
  7. Leis antitrust a nível mundial — Muitos estados dos EUA, a União Europeia e a maioria dos países em todo o mundo – incluindo os Estados-membro da UE, Brasil, Canadá, China, Índia, Japão, Coreia, México, Rússia, África do Sul, Reino Unido e cerca de 100 outros países – possuem leis antitrust

- com mecanismos de aplicação semelhantes mas independentes. Uma violação das leis numa jurisdição pode resultar numa investigação por diversas agências de regulamentação ou litígios na mesma matéria em dois ou mais tribunais em simultâneo, multiplicando os custos associados à defesa, perda de tempo e danos para a reputação.
8. Interdição de trabalhar como prestador de serviços governamental — A UTC poderia ser interdita de efectuar contratos com o governo dos EUA (o nosso maior cliente a nível mundial), bem como com outros governos federais, estatais, locais e estrangeiros devido a uma violação criminal ou civil das leis antitrust.
  9. Divulgação de informações confidenciais, incómodo e constrangimento para a empresa — os depoimentos de pessoal da empresa e a apresentação de documentos empresariais, incluindo correio electrónico e agendas pessoais obtidos em recolhas de provas anteriores a um julgamento poderiam ser divulgadas publicamente no tribunal, em algum outro fórum público ou através da imprensa. Essa divulgação poderia prejudicar a nossa reputação, mesmo que a conduta em questão seja legal.
  10. Perda de tempo — Para além da atribuição de indemnizações e despesas legais, os litígios de antitrust colocam uma grande tensão, em termos de tempo e a energia, sobre os colaboradores e executivos da empresa que têm de ajudar na defesa do processo. As actividades habituais incluem encontrar, analisar e apresentar grandes números de documentos e ficheiros electrónicos da empresa, a preparação para prestar depoimentos, responder a interrogatórios escritos morosos, ter de enfrentar depoimentos dos advogados da acusação e prestar depoimentos em tribunal.
  11. Custos elevados para a defesa legal — A defesa de litígios de antitrust e investigações governamentais é dispendiosa, requerendo consultadoria especializada em antitrust, economistas e contabilistas especializados em antitrust, bem como outras testemunhas. Além disso, as custas judiciais são devolvidas aos queixosos que ganham as acções em tribunal, mesmo que as indemnizações atribuídas reais sejam pequenas. A cobertura de seguros pode não existir, não ser adequada ou não poder ser aplicada para pagar os custos desta defesa legal. A consequência podem ser encargos pesados no orçamento operacional da UTC, mesmo que a empresa esteja inocente de qualquer irregularidade.

## II. Investigações, buscas e apreensões governamentais

As autoridades governamentais têm amplos poderes de investigação. Os reguladores governamentais podem visitar empresas sem aviso prévio, naquilo que são referidos como “buscas e apreensões”, efectuar buscas nas instalações das empresas (e, em algumas circunstâncias, em residências privadas) e levar cópias de todos os materiais que possam constituir provas. Podem obter declarações orais, obrigar a fornecer respostas escritas a perguntas e organizar audiências que envolvam as empresas em questão, concorrentes e outras entidades externas para estabelecer os factos do caso.

Uma inspecção no local é, obviamente, uma questão grave, mas não deve ser motivo para alarme despropositado. Não significa que a empresa tenha violado qualquer lei. Se forem seguidas as directrizes certas, a inspecção deve causar apenas o mínimo de perturbação. Não obstante, é imperativo lidar com uma inspecção no local por uma autoridade governamental com cuidado e de forma correcta.

Tem de informar imediatamente o Departamento Jurídico quando for confrontado com um pedido de informações ou busca de documentos por uma autoridade governamental. Deve envidar os melhores esforços para garantir a presença de um advogado antes de debater o que quer que seja com os inspectores ou investigadores, mas não impeça a sua investigação. Também deve registar cuidadosamente os documentos que as autoridades analisam e/ou copiam.

## III. Práticas empresariais sujeitas a escrutínio: Conduta conjunta e unilateral

As leis antitrust assentam na premissa de que a concorrência vigorosa irá produzir a melhor afectação de recursos económicos, resultando na disponibilidade de produtos e serviços aos preços mais baixos e com a melhor qualidade. Para suportar este objectivo, as leis antitrust proíbem geralmente duas formas de comportamento: (1) acção conjunta que restrinja de forma pouco razoável a concorrência e (2) acção unilateral indevida que mantenha o poder de monopólio de uma empresa, lance uma empresa para uma posição monopolista ou seja uma séria ameaça nesse sentido (também referido como “abuso de domínio”). Outros aspectos das leis antitrust proíbem certos tipos de discriminação na definição de preços e outras práticas comerciais injustas.

A explanação seguinte resume e proporciona orientações relativas às questões de antitrust mais comuns que podem surgir nas nossas transacções com concorrentes, clientes e fornecedores:

## A. Lidar com concorrentes

Os contactos e acordos com concorrentes levantam as questões mais significativas ao abrigo das leis antitrust e, por isso, são mais susceptíveis de escrutínio por parte de reguladores governamentais e queixosos privados. A política da UTC consiste em tomar as suas próprias decisões independentes relativas aos produtos e serviços que irá oferecer, onde e como oferecê-los e quanto cobrar pelos mesmos. Nunca deve envolver um concorrente para tomar decisões acerca de quando e como oferecer produtos e serviços a clientes, a não ser que receba autorização prévia para isso pelo Departamento Jurídico.

Um concorrente é qualquer rival que procure conquistar negócios em detrimento da empresa. A empresa estabelece relações comerciais com firmas que são clientes, fornecedores ou parceiros em alguns contextos, mas concorrentes noutros. Se tiver alguma dúvida acerca da aplicação das políticas da empresa relativamente a transacções com concorrentes nessas situações, deve contactar de imediato o Departamento Jurídico.

De modo geral, as leis antitrust proíbem acordos entre concorrentes que restrinjam a concorrência. A noção de “acordos” é interpretada de forma lata e, por isso, os colaboradores devem ser extremamente cautelosos acerca de qualquer contacto com um concorrente. Na ausência de qualquer finalidade válida e legítima, não deve ser celebrado qualquer acordo (ou tentativa de chegar a um acordo) com qualquer representante de um concorrente relativamente a preços, política de definição de preços, descontos, quotas ou outros termos de venda. Existem proibições semelhantes contra acordos (ou tentativas de chegar a acordo) com um concorrente para limitar a produção, para afectar clientes, mercados ou territórios geográficos, para boicotar qualquer cliente ou fornecedor ou para limitar os desenvolvimentos tecnológicos.

Para evitar até mesmo a simples sugestão de conivência, os colaboradores que entraram na UTC provenientes de um concorrente não devem debater, partilhar ou utilizar informações sensíveis relativas à concorrência ou informações exclusivas da sua antiga entidade patronal. Isso inclui informações de ofertas, listas de clientes, dados de preços ou financeiros, manuais técnicos, concepções ou planos estratégicos ou empresariais. Caso tenha alguma dúvida relativamente ao facto de as informações de uma antiga entidade patronal poderem ser consideradas sensíveis para a concorrência ou exclusivas, consulte o Departamento Jurídico antes de utilizar ou partilhar as informações.

*O que é um acordo?* Um acordo é uma troca de garantias de que as partes signatárias do acordo irão agir ou não agir de uma determinada forma. O conceito de “acordo” nas leis antitrust é lato, indo para além de um simples acordo expresso ou escrito entre concorrentes

para, por exemplo, fazer subir ou estabilizar os preços. Um queixoso pode provar a existência de um “acordo” entre concorrentes sem qualquer prova de um acordo expresso ou escrito. Na verdade, os júris podem inferir um acordo ou “entendimento” a partir de todos os factos e circunstâncias. Alguns tribunais e júris deliberam a existência de um acordo mesmo quando os participantes não comunicaram directamente entre si acerca da finalidade ou detalhes do alegado acordo ou dos meios pelos quais iriam aplicá-lo. Os juízes podem inferir um acordo apenas pela conduta ou por eventos no mercado, por exemplo um aumento de preço que resultou supostamente de um contacto com um concorrente.

Em conformidade, os colaboradores têm de evitar qualquer situação a partir da qual outros poderiam inferir a existência de um acordo entre concorrentes. A opção mais segura consiste em recusar a participação em qualquer reunião ou comunicação com um concorrente, a não ser que consiga comprovar facilmente que existe uma finalidade válida e legítima. Um colaborador nunca deve debater informações com um concorrente relativas a preços, ofertas propostas, clientes ou territórios específicos ou quaisquer informações relativas aos preços, custos, margens ou comercialização de bens ou serviços. Se um concorrente começar a debater qualquer destes assuntos, deve recusar imediatamente a sua participação, abandonar a reunião de forma evidente ou, de outra forma, terminar o debate e contactar de imediato o Departamento Jurídico. As excepções a estas directrizes, tais como transacções legítimas de fornecimento entre empresas ou “joint ventures”, devem ser autorizadas previamente pelo Departamento Jurídico. Além disso, não deve utilizar terceiros, incluindo consultores e fornecedores, para transmitir a um concorrente informações que seria indevido fornecer directamente ao concorrente.

*Que tipos de acordos são ilegais?* Os tribunais determinaram que alguns tipos de acordos são tão susceptíveis de prejudicar a concorrência que não é necessário qualquer inquérito detalhado para os avaliar. Estes tipos de acordos são tratados “per se” como ilegais porque os tribunais presumem que irão afectar negativamente a concorrência, sem levar em consideração a sua finalidade ou efeito. Até mesmo uma tentativa de celebrar um acordo desse tipo pode ser ilegal e contrária à política da UTC.

*Fixação de preços.* Os mais proeminentes desses acordos ilegais “per se” são os relativos à fixação de preços. O conceito de fixação de preços é lato e inclui esforços para determinar colectivamente ofertas, fixar ou estabilizar preços, estabelecer uma fórmula ou método para calcular preços, chegar a um acordo sobre descontos padrão ou graus de descontos, definir termos de crédito ou garantias padrão ou chegar a um acordo sobre o momento do anúncio de alterações nos preços. É

provável que esta conduta seja alvo de um processo criminal como sendo uma fixação ilegal de preços.

Nos ambientes altamente competitivos nos quais a UTC exerce actividade, pode ser aconselhável monitorizar informações públicas acerca dos preços de um concorrente e reagir às alterações de preços das outras empresas para nos mantermos competitivos. Nada nos impede de tomar as nossas próprias decisões independentes sobre preços, subir os preços em resposta às condições do mercado ou baixá-los para responder aos preços oferecidos pelos concorrentes.

Consequentemente, salvo por proibição legal, os colaboradores podem obter os preços ou informações de custos dos concorrentes a partir de fontes legítimas, como clientes, fornecedores e publicações do sector. Os colaboradores devem documentar sempre de forma clara onde obtiveram as informações acerca dos preços, custos ou outras informações dos concorrentes sensíveis do ponto de vista da concorrência. No entanto, a política da UTC não permite a troca de listas de preços, custos, ofertas ou orçamentos com concorrentes. Essa conduta pode contribuir para uma sugestão de conspiração, mesmo que, na verdade, não haja qualquer acordo relativo a preços entre os concorrentes.

*Afectar clientes ou territórios.* Os acordos entre concorrentes para não competirem por determinados clientes ou territórios também podem ser considerados ilegais “per se”. Por isso, não chegue a acordo ou tente chegar a acordo com um concorrente para vender ou abster-se de vender a qualquer cliente ou classe de clientes. Não chegue a acordo ou tente chegar a acordo com um concorrente para vender ou abster-se de vender em qualquer área geográfica ou para afectar, dividir ou partilhar a actividade comercial de um cliente. Também nunca deve assumir uma conduta a partir da qual possa ser inferida a existência de um acordo para afectar clientes. As excepções no contexto de canais de distribuição devem ser autorizadas previamente pelo Departamento Jurídico.

*Boicotes de grupo e recusas colectivas em estabelecer relações comerciais.* Os acordos entre concorrentes para se recusarem a estabelecer relações comerciais com outro concorrente (ou um cliente ou fornecedor) podem ser ilegais “per se” em determinadas circunstâncias, especialmente quando os concorrentes que celebram esse acordo possuem poder de mercado ou quando negam à parte excluída acesso a alguma instalação, fornecimento ou mercado de que necessita para competir de forma eficaz. Para evitar até mesmo a simples aparência de malversação, não debata litígios ou queixas de terceiros com concorrentes ou sugira uma colaboração para punir, prejudicar ou boicotar um fornecedor, cliente ou concorrente sem consultar previamente o Departamento Jurídico.



*Actividades de associações comerciais.* Alguns colaboradores participam ocasionalmente em diversas associações comerciais e organizações profissionais. As associações comerciais desempenham funções legítimas como a monitorização de regulamentos governamentais, propostas de legislação sobre códigos de saúde e segurança que afectam o sector ou a melhoria da segurança dos produtos. No entanto, estas organizações, se forem utilizadas incorrectamente, podem criar uma oportunidade para os concorrentes debaterem questões que poderiam ser consideradas sensíveis para a concorrência. Por isso, é importante que quaisquer comunicações em reuniões de associações comerciais ou outras actividades conjuntas do sector contenham apenas as informações necessárias para o funcionamento legítimo do grupo. Evite debates que, em retrospectiva, poderiam resultar em alegações ou que suportem uma inferência de que teria sido celebrado um acordo ilegítimo. A simples presença em qualquer reunião na qual são debatidos assuntos sensíveis para a concorrência pode ser utilizada como prova de que você e a UTC constituem partes de um acordo ilegal, mesmo que não tenha participado nesses debates.

Em primeiro lugar, a política da UTC defende que qualquer associação comercial à qual pertença a UTC ou um colaborador deverá ter assistência jurídica que aconselhe a associação acerca de questões legais de antitrust. Qualquer desvio desta política requer uma autorização por parte do Departamento Jurídico.

Em segundo lugar, os seguintes procedimentos têm de ser observados relativamente a todas as reuniões entre membros da associação comercial relativas a assuntos de interesse comum para o sector:

- Uma ordem dos trabalhos deve circular previamente a cada reunião e, se for viável, deve ser analisada pelo Departamento Jurídico para determinar se inclui assuntos sensíveis para a concorrência. Não participe na reunião se estiverem incluídos tópicos inadequados na ordem de trabalhos. Se não for prático fazer circular uma ordem de trabalhos previamente a uma reunião, deve fornecer a ordem de trabalhos ao Departamento Jurídico após a reunião, para permitir que o Departamento Jurídico mantenha um registo das actividades da associação. A associação comercial também deve redigir actas das reuniões e o representante da empresa deve enviar estas actas ao Departamento Jurídico após a recepção.
- No caso de ser levantado qualquer assunto sensível para a concorrência numa reunião, o representante da empresa deverá imediata e publicamente distanciar-se e distanciar a empresa desse debate, pedir que isso fique registado na acta da reunião, em seguida, abandonar de imediato a reunião e informar de imediato o Departamento Jurídico.

- Acima de tudo, nenhum representante da empresa deverá celebrar qualquer acordo ou entendimento, formal ou informal, relativo a preços, margens, termos e condições de venda, volumes de produção, projectos de pesquisa e desenvolvimento, clientes ou mercados. Além disso, não podem ser trocadas informações relacionadas com os preços ou custos, marketing, produção, planos de pesquisa ou quaisquer estatísticas recentes de vendas e envios de uma empresa específica. Poderá admitir-se o fornecimento de determinados dados históricos à associação comercial para reunir estatísticas gerais do sector, desde que esses dados que são divulgados aos concorrentes sejam agregados e tornados anónimos. Antes de quaisquer dados serem partilhados com uma associação comercial, deve obter a análise e aprovação da partilha de dados por parte do Departamento Jurídico.
- Qualquer adesão a uma associação comercial tem de ser previamente aprovada pela unidade de negócio e Departamento Jurídico relevantes, e tem de cumprir estas directrizes e quaisquer directrizes para associações comerciais emitidas pela unidade de negócio.

Muitos problemas de antitrust resultantes de actividades de associações comerciais ocorrem em cenários informais ou sociais relacionados com reuniões de associações comerciais. Todas as regras estipuladas nesta secção relativas às associações comerciais aplicam-se às actividades e cenários formais e informais.

Os contactos com os concorrentes são a preocupação mais séria e sensível em termos de antitrust e deve tomar-se muito cuidado sempre que existir uma ocasião para esse tipo de contacto. Qualquer questão relativa a comunicações adequadas com concorrentes ou participação numa associação comercial deve ser encaminhada ao Departamento Jurídico.

## **B. Relações com clientes**

Algumas actividades relativas a clientes, tais como preços abaixo de custo, discriminação de preços, a depreciação dos produtos ou serviços de um concorrente, associação de um produto ou serviço a outro, transacções exclusivas, restrição dos termos nos quais os clientes podem revender ou rescindir o contrato com um cliente sem uma finalidade legítima, podem levantar questões de antitrust. Muitas destas práticas são particularmente susceptíveis ao escrutínio de antitrust sempre que a unidade de negócio da UTC tenha uma posição significativa ou dominante no mercado. Esta secção descreve estas práticas de forma geral e identifica as situações em que é importante consultar o Departamento Jurídico antes de tomar qualquer medida.

*Preços abaixo de custo.* Em determinadas circunstâncias, as leis antitrust requerem que as empresas definam os preços dos seus produtos e serviços a níveis acima de uma medida adequada de custo, tal como o custo variável médio. Esta questão surge sempre que a prática de preços abaixo de custo por uma empresa dominante pudesse forçar a saída dos rivais mais pequenos e permitir depois a essa firma subir os preços e recuperar os seus custos não cobertos e os lucros perdidos. As regras antitrust nesta área são complexas, porque as leis antitrust procuram garantir uma concorrência vigorosa e o Departamento Legal deve ser contactado sempre que um dos nossos preços possa ser considerado com estando abaixo do custo.

*Junção e agrupamento.* As situações de junção ocorrem quando um vendedor exige a um comprador, que pretende um produto (ou serviço), que adquira um segundo produto (ou serviço) que o comprador possa não querer, como condição para adquirir o primeiro produto. Se o vendedor tiver uma posição dominante no mercado do produto pretendido pelo cliente e se recusar a vender esse produto se o comprador não concordar em comprar o(s) outro(s) produto(s) ou serviço(s), o vendedor arrisca uma acusação de que essa situação constitui um acordo de junção ilegal. O Departamento Jurídico deve ser consultado antes de se propor uma situação nesses moldes a um cliente.

De forma semelhante, o “agrupamento” ocorre quando um vendedor oferece um desconto a um cliente que adquire vários produtos (ou serviços). Se o vendedor tiver uma posição dominante no mercado de um dos produtos do “grupo” e oferecer ao cliente um desconto por adquirir o “grupo” de produtos, o vendedor arrisca uma acusação de que essa situação constitui um acordo de agrupamento ilegal. Por outro lado, as situações de agrupamento são frequentemente a favor da concorrência e legais porque permitem aos clientes adquirir produtos a preços mais baixos do que aconteceria normalmente. Em conformidade, o Departamento Jurídico deve ser consultado antes de se propor o que pode ser designado como uma situação de agrupamento a um cliente.

*Situações de transacções exclusivas.* As situações de transacções exclusivas incluem contratos nos quais um comprador concorda em adquirir todos (ou quase todos) os seus requisitos para um determinado produto ou serviço a um fornecedor. Essas situações podem ser a favor da concorrência — por exemplo, quando o acordo se cingir a uma duração limitada e o comprador beneficiar da estabilidade do preço que paga ou da garantia de disponibilidade. No entanto, em alguns casos, esses acordos podem levantar questões de antitrust quando forem celebrados por uma empresa com uma quota de mercado significativa (referida como uma firma “dominante” ou uma firma com “poder de mercado”) na medida em que reduzem,

de forma pouco razoável, as oportunidades de um rival. Por estes motivos, essas situações devem ser autorizadas previamente pelo Departamento Jurídico.

*Disposições de nação mais favorecida.* As disposições de “nação mais favorecida” ou “MFN” (do inglês, most favored nation) normalmente obrigam um fornecedor a vender produtos ou serviços a um cliente ao preço mais baixo ou com os termos mais favoráveis do vendedor. Essas disposições podem levantar preocupações de antitrust se prejudicarem a concorrência (por exemplo, ao baixar o incentivo para fazer descontos por parte de um fornecedor ou ao facilitar a coordenação de preços). O facto de um determinado compromisso contratual ser uma MFN que possa prejudicar a concorrência depende dos factos específicos. Por isso, deve consultar o Departamento Jurídico sobre se uma promessa feita a uma contraparte num contrato constitui uma obrigação de MFN que possa prejudicar a concorrência, o que irá requerer análise legal adicional.

*Relações com clientes de revenda.* Não chegue a acordo com distribuidores sobre preços de revenda (mínimo ou máximo) para os nossos produtos. Os preços de revenda recomendados são frequentemente permissíveis, mas tem de consultar o Departamento Jurídico antes de efectuar qualquer recomendação desse tipo. Sem a aprovação prévia do Departamento Jurídico, não seleccione clientes com base no pressuposto de que estes irão revender apenas nos mercados e territórios ou a pessoas especificadas pela empresa.

A distribuição dos nossos produtos através de canais de distribuição independentes e detidos pela empresa (situações de dupla distribuição) pode levantar questões de antitrust porque a empresa pode ser, ao mesmo tempo, um fornecedor dos nossos clientes e um concorrente dos mesmos. A lei não exige que seja concedido tratamento igual aos distribuidores detidos pelas empresas e aos independentes relativamente a preços, afectação de produto ou serviços de comercialização, mas é frequente os distribuidores independentes se queixarem quando sentem que não estão a receber termos e condições iguais. As situações de dupla distribuição são complicadas e deve consultar o Departamento Jurídico antes de estabelecer uma situação nesses moldes. Além disso, uma vez que os distribuidores detidos pelas empresas concorrem com os distribuidores independentes, não podem haver acordos de preços entre eles.

*Rescisões.* A rescisão da nossa relação com um cliente ou distribuidor tem de basear-se em motivos comerciais legítimos, os quais deve documentar integralmente e debater com o Departamento Jurídico antes da rescisão.

*Recusas unilaterais em estabelecer relações comerciais.* Geralmente, as empresas podem decidir livremente, de forma unilateral, não estabelecer relações comerciais com um cliente, concorrente ou fornecedor. No entanto, uma recusa unilateral de estabelecer relações comerciais por uma empresa com uma quota de mercado significativa (“poder de mercado”) pode levantar preocupações de antitrust em algumas situações. Por exemplo, se uma empresa tiver poder de mercado num determinado produto e se recusar a estabelecer relações comerciais com distribuidores que utilizam produtos de concorrentes, os seus concorrentes podem não poder obter acesso aos distribuidores de que necessitam para competir. De forma semelhante, se uma empresa tiver poder de mercado e se recusar a estabelecer relações comerciais com um concorrente contra os interesses económicos a curto prazo da empresa, isso poderá violar as leis antitrust em determinadas circunstâncias. Se estiver a considerar uma recusa em estabelecer relações comerciais, consulte o Departamento Jurídico antes de prosseguir.

*Discriminação de preços.* Outra prática de definição de preços que pode suscitar preocupações de antitrust ou regulamentares é a discriminação entre diferentes compradores no preço, quotas promocionais ou serviços para um produto. Em algumas circunstâncias, um tribunal poderá analisar o preço “líquido” de um produto vendido a diferentes compradores depois de se deduzir o valor dos incentivos, quotas e outros serviços. Por outro lado, a lei prevê defesas se forem precisos preços diferentes para responder à concorrência ou se estes reflectirem diferentes custos para exercer a actividade. Também neste caso, a lei sobre preços discriminatórios é complexa e deve contactar o Departamento Jurídico sempre que qualquer um dos nossos preços possa ser considerado como discriminatório.

*Menosprezo.* Apesar de podermos comparar os nossos produtos e serviços com os dos nossos concorrentes, temos de ter cuidado nos nossos contactos de marketing diários com os nossos clientes, para não fazermos comparações ou comentários injustos ou falsos acerca dos produtos ou serviços dos nossos rivais. De forma geral, é legalmente permissível explicar aos clientes os aspectos negativos dos produtos e serviços de um concorrente, desde que a descrição não seja enganadora e seja relevante para a situação de vendas em questão, mas o Departamento Jurídico deve ser previamente consultado.

### **C. Relações com fornecedores**

Muitos dos princípios de antitrust que se aplicam às nossas relações com clientes também se aplicam às nossas relações com fornecedores, especialmente quando a empresa detém uma posição significativa ou dominante no mercado. Estes incluem situações de junção e agrupamento, discriminação de preços, MFN, rescisões e relações exclusivas. Deve consultar o Departamento Jurídico antes de iniciar estas condutas junto dos fornecedores.

*Reciprocidade.* Concordar em comprar os produtos ou serviços de um fornecedor, sob a condição de que o fornecedor também concorde em comprar produtos e serviços nossos, tem sido considerado como uma questão de antitrust em determinadas circunstâncias. Uma empresa com poder num determinado mercado deve evitar utilizar esse poder de compra para coagir os seus fornecedores a comprar os seus produtos e serviços. Na maioria dos casos, pode ser possível estruturar acordos legítimos de compra dos artigos de cada um. As situações desse tipo devem ser esclarecidas previamente junto do Departamento Jurídico.

*Receber preços discriminatórios.* Em determinadas condições, as leis antitrust proíbem um comprador de induzir propositadamente um vendedor a oferecer um preço discriminatório ao(s) concorrente(s) do comprador. Devido à complexidade das questões de preços discriminatórios, estas devem ser todas transmitidas ao Departamento Jurídico para análise.

*Papéis duplos de fornecedores.* Geralmente, devemos estar cientes do facto de uma empresa poder funcionar numa transacção connosco como fornecedor (ou cliente) e como concorrente noutra situação. Sempre que qualquer fornecedor (ou cliente) seja ou possa ser um potencial concorrente nosso, devemos ter cuidado para não transferirmos informações que devam ser partilhadas com um concorrente ou celebrar acordos relativos a preços ou termos de venda para o produto em que somos concorrentes. Consulte o Departamento Jurídico para desenvolver salvaguardas concebidas para impedir a transferência de informações concorrenciais a um fornecedor que seja também um concorrente.

#### IV. Atenção a declarações ambíguas que possam ser mal interpretadas.

É frequente os casos de antitrust envolverem questões subjectivas de intenção e motivo, podendo os júris inferir acordos ou a existência de poder de mercado a partir do que é dito em documentos da empresa. Alguns exemplos de expressão sujeitas a más interpretações são indicados abaixo:

##### **Relativamente à posição no mercado:**

*“O plano da nossa Empresa consiste em atingir o domínio no mercado dos widgets.”*

**Preocupação:** Uma entidade reguladora ou um queixoso poderia interpretar erradamente “consiste em atingir o domínio” como prova de uma tentativa ilegal de monopolizar um mercado. Além disso, a palavra “mercado” ou “quota de mercado” tem um significado especial nas leis antitrust. Utilizar “mercado”

para caracterizar vendas, uma oferta de produto, uma região ou um cenário competitivo poderá resultar na utilização por parte de entidades reguladoras ou queixosos dessa descrição como o mercado para análise de antitrust, independentemente na finalidade prevista pelo autor da frase.

#### **Relativamente aos seus concorrentes:**

*“Temos de lhes cortar o oxigénio.”*

**Preocupação:** Uma entidade reguladora ou queixoso poderia interpretar erradamente “cortar”, “esmagar”, “bloquear”, “destruir” e outros termos semelhantes como a admissão de um regime predatório ou de exclusão, ao contrário de uma concorrência agressiva e legítima com base no mérito.

#### **Relativamente a fixação de preços:**

*“Parece haver um consenso no sector de que os preços irão subir.”*

**Preocupação:** Uma entidade reguladora ou um queixoso poderia descaracterizar uma interpretação legítima de eventos do mercado e forças do mercado como uma admissão de que os concorrentes debateram e chegaram a acordo sobre uma subida dos preços.

#### **Relativamente a áreas de concorrência respectiva:**

*“Deixem-nos ficar no mercado deles; este é o nosso território.”*

**Preocupação:** Uma entidade reguladora ou um queixoso poderia interpretar erradamente as expressões “mercado deles” e “nosso território” como indicando que os rivais conspiraram para atribuir mercados.

#### **Relativamente aos seus documentos:**

*“Destruir após a leitura.”*

**Preocupação:** Uma entidade reguladora ou um queixoso poderia descaracterizar esta expressão ou expressões semelhantes para mostrar que o documento continha informações impróprias ou para sugerir uma conduta ilegal.

#### **Em suma:**

Tenha cuidado com a sua escrita e discurso para evitar qualquer declaração — mesmo feita em tom de brincadeira — que poderia ser mal interpretada. Pode ser exigida a apresentação de todos os documentos numa investigação governamental ou processo judicial, incluindo versões desactualizadas de cartas e memorandos (incluindo versões guardadas em formato electrónico), notas manuscritas, mensagens de telefone, e-mail, mensagens de texto ou instantâneas, agendas pessoais, livros de datas e calendários e declarações efectuadas em redes sociais. Além disso, poderá ser necessário entregar

os documentos ao governo no âmbito de uma análise de antitrust de uma proposta de aquisição ou de formação de uma “joint venture”. É extremamente importante manter em mente os princípios de antitrust ao escrever e discursar e certifique-se de que escreve e discursa sempre de forma rigorosa. Além disso, sempre que pedimos a um terceiro para preparar um documento em nosso nome ou para nosso benefício, é importante que estes documentos de terceiros sejam preparados com estes princípios de antitrust em mente, uma vez pode ser obrigatório entregar estes documentos no âmbito de um processo de antitrust.

## V. O papel do Departamento Jurídico

Ao cumprir as responsabilidades do seu cargo, irá encontrar ocasionalmente condutas ou situações que suscitam questões de antitrust. Caso se veja perante uma situação que poderá envolver questões de antitrust — ou se não tiver certeza se uma situação envolve questões de antitrust — interrompa a conduta ou conversa até que tenha consultado o seu supervisor e contactado o Departamento Jurídico.

## VI. Comunicação

Todos os colaboradores têm a obrigação de comunicar imediatamente quaisquer suspeitas de violações de leis antitrust. Entre os motivos pelos quais isso é tão essencial é o facto de, caso a empresa identifique um problema, vários países (incluindo os EUA) terem um programa de clemência que permite que as empresas evitem a responsabilidade criminal se forem as primeiras a comunicar a participação numa violação criminosa de antitrust.

A comunicação pode ser feita a qualquer dos seguintes:

- O seu supervisor, a não ser que suspeite que o seu supervisor tenha participado na violação ou autorizado a mesma;
- O Departamento Jurídico;
- O seu Responsável de Ética e Conformidade ou Representante Global de Ética e Conformidade; ou
- O Provedor da UTC/Programa DIALOG.



