

Manual de Integridade

# **CONCORRENCIAL**

Grupo Sirama

# ÍNDICE

<b>A. O compromisso da Cia. de Cimento Itambé</b> .....	<b>3</b>
<b>B. Escopo e Abrangência do Manual</b> .....	<b>3</b>
<b>C. Diretrizes</b> .....	<b>4</b>
01. Objetivo do Direito Concorrencial: .....	4
02. Infrações à ordem econômica:.....	4
02.01 Práticas Coordenadas* .....	5
a. Cartéis .....	5
b. Interação de concorrentes por meio de entidades de classe ou outros foros similares .....	8
c. Outros acordos.....	10
02.02 Práticas Unilaterais* .....	11
a. Práticas discriminatórias e recusa em contratar .....	11
b. Acordos de exclusividade.....	12
c. Venda casada .....	14
d. Fixação de preço de revenda .....	15
e. Restrição do acesso à matéria-prima/ Monopolização de matéria-prima .....	16
f. Políticas de Preços e Descontos .....	16
03. Atos de Concentração Econômica (ACs)* .....	17
03.01 Contratos associativos* .....	19
<b>D. Penalidades</b> .....	<b>20</b>
<b>E. Disposições Gerais</b> .....	<b>21</b>
ANEXO I.....	22
Glossário de Conceitos do Código de Integridade Concorrencial .....	22

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

## **A. O compromisso da Cia. de Cimento Itambé e das demais empresas do Grupo Sirama (Companhia) com o cumprimento da legislação concorrencial e a promoção da livre concorrência\***

A Companhia reconhece que a livre concorrência\* orienta as empresas para preços razoáveis, para maior produtividade e para o desenvolvimento de produtos e serviços inovadores e de melhor qualidade. Por essa razão, está comprometida com a estrita observância da legislação concorrencial, preservando e promovendo uma concorrência\* justa e saudável nos seus mercados de atuação.

## **B. Escopo e Abrangência do Manual**

01. Este Manual de Integridade Concorrencial ("Manual") é aplicável a todos os Colaboradores do Grupo Sirama nomeados a seguir, em todas as suas filiais e negócios:
  - Administradores - Conselheiros e Diretores,
  - Empregados,
  - Temporários,
  - Estagiários,
  - Jovens Aprendizizes, e
  - quaisquer Prepostos;
02. O Manual estabelece o que podemos e o que devemos fazer em nossas condutas, decisões e relacionamentos diários para:
  - assegurar uma atuação conforme com as normas concorrenciais,
  - evitar quaisquer comportamentos que possam violar estas normas e
  - facilitar a detecção de desvios de conduta.
03. O Manual complementa o Código de Integridade Concorrencial ("Código") que é parte integrante da "Política de Conduta Ética do Grupo Sirama". Os dois documentos devem ser lidos e interpretados em conjunto. O Manual e o Código se sobrepõem a quaisquer documentos e políticas da empresa relacionados ao tema.
04. O Departamento de Gestão de Riscos e Conformidade é responsável por auditar periodicamente, por si ou por terceiros especializados, o cumprimento deste Manual e do Código. E, sempre que julgar oportuno diante de uma possível conduta anticoncorrencial ou dúvidas em relação à denúncias ou consultas, acionar o Departamento Jurídico, de

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

maneira a atuarem em conjunto e em colaboração para a solução da questão.

05. O Manual não descreve de forma exaustiva todas as situações em que pode ocorrer uma violação à legislação concorrencial. Por isso, em caso de qualquer dúvida, peça orientação ao Departamento de Conformidade e Gestão Societária - DCGS.
06. Os telefones e e-mails do DCGS são os seguintes:
- Telefones: (041) 3317-1196; (041) 3317-1041; (041) 3317-1161
  - Ramais internos: 1196; 1041; 1161
  - E-mail: dcfgs@cimentoitambe.com.br.

## C. Diretrizes

### 01. Objetivo do Direito Concorrencial:

- a) Proteger e garantir o cumprimento dos princípios constitucionais da livre concorrência\* e livre iniciativa, que formam a ordem econômica brasileira.
- b) As leis de defesa da concorrência\* buscam prevenir e reprimir infrações à ordem econômica, que firam os princípios da livre concorrência\* e livre iniciativa.

### 02. Infrações à ordem econômica:

- a) Condutas anticoncorrenciais são comportamentos que podem distorcer ou efetivamente distorcem o mercado. Conseqüentemente, prejudicam consumidores e causam danos à livre concorrência\* e/ou aos competidores. Por essa razão, são uma infração, um desvio de conduta. A infração ocorre mesmo que a pessoa ou empresa não tenha tido a intenção de prejudicar o mercado ou, se teve a intenção, não tenha alcançado o seu objetivo.
- b) As condutas anticoncorrenciais são chamadas pela Lei de Defesa da Concorrência de “infrações à ordem econômica”.
- c) Para entender melhor, esses desvios de comportamento podem ser de duas categorias:
  - Práticas Coordenadas\* entre duas ou mais empresas, e
  - Práticas Unilaterais\* de apenas uma empresa.
- d) As condutas, coordenadas ou unilaterais, também podem ser classificadas como:
  - horizontais, quando envolvem empresas que atuam no mesmo mercado, ou

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

- verticais, quando afetam etapas diferentes da mesma cadeia produtiva.

## 02.01 Práticas Coordenadas\*

Envolvem duas ou mais empresas. Por meio de comportamentos acertados entre elas, pretendem limitar ou excluir a concorrência\*. Essa coordenação de condutas se dá, normalmente, por acordos - tácitos ou expressos - feitos entre concorrentes. A prática coordenada\* mais conhecida é a formação de cartel.

### a. Carteis

1. Esse tipo de acordo entre concorrentes é considerado a infração concorrencial\* mais grave. Ele é expressamente proibido pela Lei de Defesa da Concorrência.
2. O cartel é um acordo formal ou informal, que pode ser tácito ou expresso e que pode envolver:
  - Fixação de preços;
  - Fixação da oferta de bens ou serviços;
  - Divisão de mercado – em termos de clientes, fornecedores, territórios, segmentos ou períodos; e/ou
  - Combinação em licitações.
3. Em razão de sua própria natureza, o cartel possibilita o exercício abusivo do poder de mercado e provoca diversos efeitos prejudiciais, como o aumento de preços, redução da qualidade de produtos, inibição de inovações, exclusão de outros concorrentes do mercado, entre outros.
4. O cartel opera por meio de mecanismo de coordenação para alcançar seus objetivos, tais como: reuniões periódicas, manuais de operação, trocas de mensagens por Whatsapp ou similar, e-mails frequentes, dentre outras.
5. Um “acordo”, para os efeitos da Lei de Defesa da Concorrência não exige qualquer documento escrito ou entendimento formal.
6. A Lei de Defesa da Concorrência responsabiliza pessoas físicas e empresas pela formação de cartel quando fica demonstrado que houve um acordo de vontades, para atingir um objetivo comum. As evidências para provar a existência do conluio podem ser:
  - i. **Provas Diretas:** são aquelas que comprovam encontros ou outras formas de comunicação entre os agentes econômicos e que descrevem o conteúdo do acordo ilícito. Exemplo: e-mails e



\* Ver definição no Anexo I - Glossário

testemunhos orais ou escritos de participantes do cartel.

- ii. **Provas Circunstanciais:** são indícios que admitem a possibilidade de existência do acordo, mas que não trazem uma demonstração direta da existência, das características ou dos participantes do conluio.

7. A condenação por Cartel independe da comprovação de seus efeitos no mercado.

• **Recomendações práticas**

O QUE DEVE SER FEITO 	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER 
<p>➤ Relatar imediatamente à Ouvidoria SER Itambé, qualquer contato de concorrente para discutir preços, compartilhar informações concorrencialmente sensíveis* ou formar qualquer tipo de grupo de compra ou contrato associativo*.</p> <p>➤ Caso fique em dúvida quanto ao que fazer ao ser procurado por concorrente para discutir preços, compartilhar informações concorrencialmente sensíveis* ou formar qualquer tipo de grupo de compra ou contrato associativo*, pedir orientação ao Departamento de Gestão de Riscos e Conformidade;</p> <p>Manter sob estrita confidencialidade (salvo em caso de ordem judicial ou ordem de autoridade pública competente) as informações sobre: preços e condições de vendas, política/estratégia comercial, custos de produtos, quantidades vendidas ou produzidas, participação no mercado (<i>market share</i>), dados de clientes e fornecedores, dados de estoque, planejamento estratégico, planos de marketing, planos de investimentos, ou qualquer outra informação concorrencialmente sensível*;</p>	<p>➤ Combinar preços (rígidos ou faixas de preço), políticas de preços ou reajustes de preço com concorrentes;</p> <p>➤ Trocar informações ou documentos referentes a preços com concorrentes, tais como tabelas de preços, dados sobre preços mínimos ou máximos, aumentos, descontos, etc.;</p> <p>➤ Enviar para concorrentes ou receber deles comunicados sobre reajustes de preços (por qualquer meio de comunicação);</p> <p>➤ Ajustar com concorrentes a participação no mercado de cada empresa;</p> <p>➤ Ajustar com concorrentes a divisão de clientes ou de regiões a serem atendidas, mediante acordo de não agressão;</p> <p>➤ Combinar com concorrentes volume de vendas ou oferta de forma a aumentar os preços ou estabilizar artificialmente o mercado;</p> <p>➤ Compartilhar "informações concorrencialmente sensíveis"* com concorrentes;</p> <p>➤ Iniciar ou manter quaisquer entendimentos, discussões ou acordos com concorrentes para boicotar certos clientes ou certa categoria de clientes;</p>

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

O QUE DEVE SER FEITO 😊	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER ☹️
<p>➤ Relatar imediatamente à OUIDORIA qualquer conversa ou divulgação por qualquer meio, de "informações concorrencialmente sensíveis"* ou qualquer outro dado que possa diminuir a incerteza sobre o funcionamento do mercado, feita por iniciativa de um funcionário da Companhia ou de um concorrente. Entende-se por informações concorrencialmente sensíveis*, dentre outras, aquelas que versem sobre a atividade-fim da Companhia, ou seja, dados que apenas aqueles diretamente envolvidos no negócio têm acesso e que não estão disponibilizadas ou divulgadas em fontes públicas de informação. Alguns exemplos de informações concorrencialmente sensíveis* são: valor e quantidade das vendas e demonstrações financeiras não auditadas, relatórios gerenciais, dados sobre clientes e fornecedores, capacidade instalada e custos de produção, desenvolvimento de novos produtos e serviços, estratégias de marketing, precificação de produtos (preços e descontos), planos de desenvolvimento de novos produtos, segredos industriais, segredos de negócio, etc.;</p> <p>➤ Evitar reuniões informais com concorrentes;</p> <p>➤ Sempre que houver alguma dúvida sobre a licitude sobre um eventual contato com um concorrente, peça orientação ao Departamento de Gestão de Riscos e Conformidade;</p>	<p>➤ Estabelecer contratos informais ou verbais com concorrentes, que contrariem a legislação concorrencial;</p>

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

O QUE DEVE SER FEITO ☺	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER ☹
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nos contatos com concorrentes nunca trocar "informações concorrenciaismente sensíveis"*, especialmente, mas não se limitando a preços atuais ou futuros;</li> <li>➤ Obter somente de fontes públicas, informações necessárias para a realização de inteligência de mercado;</li> <li>➤ Manter registro por escrito das fontes e das circunstâncias em que foram obtidas as informações de mercado coletadas para inteligência de mercado.</li> <li>➤ Se recebida de um Cliente ou Distribuidor uma informação sobre preço de concorrente, registrar nela a data da obtenção e a fonte da informação.</li> </ul>	



## b. Interação de concorrentes por meio de entidades de classe ou outros foros similares

1. Acordos entre concorrentes também são feitos por meio de entidades de classe (sindicatos e associações ou outros foros similares). Isso acontece porque, nesses ambientes, reúnem-se diversos competidores do mesmo mercado, facilitando a troca de informações sensíveis entre concorrentes.
2. Essa conduta pode levar ao desinteresse pela competição entre as empresas por meio da uniformização de práticas comerciais sem envolver um acordo.
3. Além da troca de informações, segundo processos examinados pelo CADE\*, as entidades de classe também usualmente estabelecem fatores que podem gerar preocupações concorrenciais, tais como:
  - (i) padronização de aspectos de produção e comercialização de bens ou serviços,
  - (ii) requisitos para divulgação e *marketing* de bens ou serviços, e
  - (iii) aspectos com relação ao preço.



\* Ver definição no Anexo I - Glossário



- **Recomendações práticas**

<b>O QUE DEVE SER FEITO</b> 	<b>O QUE NUNCA SE DEVE FAZER</b> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Envolver-se apenas em entidades de classe que possuam objetivos pró-competitivos e promovam os interesses legais e econômicos da indústria. Ex: normas e padrões técnicos que não tenham como objetivo prejudicar a livre concorrência*, normas trabalhistas e de segurança do trabalho, meio ambiente, políticas públicas associadas ao setor, alterações legislativas que impactem o setor, tendências econômicas, etc.;</li> <li>➤ Obter aprovação do Departamento de Gestão de Riscos e Conformidade antes de a Companhia se associar a qualquer nova entidade de classe;</li> <li>➤ Instruir os Colaboradores participantes das reuniões de entidades de classe sobre o que pode e o que não pode ser discutido com concorrentes;</li> <li>➤ Solicitar à entidade de classe que todas as reuniões sejam sempre precedidas de convocação, com pauta clara e precisa;</li> <li>➤ Verificar previamente a cada reunião se consta na pauta assunto que possa envolver informações concorrencialmente sensíveis*. Havendo, recomendar formalmente a sua exclusão da pauta;</li> <li>➤ Se, durante uma reunião da entidade de classe, surgir discussão sobre assunto que envolva informações concorrencialmente sensíveis*, orientar aos participantes de que o tema não deve ser levado adiante. Caso o tema concorrencialmente sensível seja discutido por terceiros na reunião o(s) representante(s) da Companhia deve(m) solicitar que conste em ata a expressa discordância da empresa com o tema e</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trocar informações com concorrentes, por meio de entidades de classe, sobre aspectos sensíveis da atividade comercial (ex: participações de mercado, custos, níveis de produção, planos de marketing, planos de investimento, identidade dos clientes, políticas de desconto, políticas de preço, etc.);</li> <li>➤ Participar de qualquer discussão, no âmbito de entidades de classe, sobre assuntos que envolvam informações concorrencialmente sensíveis* que possam trazer riscos à companhia;</li> <li>➤ Discutir sobre a adoção de práticas que tenham como objetivo barrar a entrada de novos competidores no mercado;</li> <li>➤ Discutir sobre a adoção de quaisquer práticas de boicote de fornecedores, clientes ou concorrentes;</li> <li>➤ Permitir que a entidade de classe estabeleça qualquer padronização sobre tabelas de preços, práticas de descontos, estratégia comercial, volume de vendas, nível de produção, ou qualquer outra prática comercial;</li> <li>➤ Associar-se a entidades de classe sem diretrizes e regras adequadas ao direito concorrencial, ou cujo próprio objeto seja a coordenação entre concorrentes.</li> <li>➤ Receber dados de mercado desagregados ou com a indicação de qual concorrente se refere a informação concorrencialmente sensível* compartilhada entre os membros da entidade de classe.</li> </ul>

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

O QUE DEVE SER FEITO 	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER 
<p>retirar-se da reunião.</p> <p>Se, por qualquer motivo, não for possível o registro da expressa discordância durante a reunião da entidade de classe, a Companhia poderá fazer o registro por escrito de forma unilateral após a reunião, com cópia para o Departamento de Gestão de Riscos e Conformidade que deve manter arquivo dessas ocorrências;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Certificar-se de que, nas atas de reunião, conste a integralidade das discussões, a fim de demonstrar a licitude delas, mantendo o respectivo documento em arquivo;</li> <li>➤ Contatar imediatamente o Departamento de Gestão de Riscos e Conformidade quando houver conhecimento de qualquer atividade proibida no âmbito da entidade de classe;</li> <li>➤ Assegurar que todas as informações comerciais fornecidas pela Companhia às entidades de classe terão um tratamento adequado de modo a evitar que o gerenciamento de informações possa produzir qualquer impacto negativo sobre a concorrência*</li> </ul>	<p>.</p>

### c. Outros acordos

1. Outros tipos de acordos horizontais também podem restringir a concorrência\* e ser julgados como infração à ordem econômica pelo CADE\*.
2. Alguns acordos diretos entre concorrentes não têm por objeto a restrição da concorrência\* entre si, mas visam a uma forma lícita de cooperação entre as empresas, que podem, eventualmente, restringir a competição.
3. Em casos desse tipo, a análise prévia à implementação do acordo deve ser baseada no impacto dos efeitos positivos e negativos sobre a concorrência\* gerados pelo arranjo cooperativo.
4. Acordos dessa natureza estão sujeitos a grandes incertezas, já que podem ser entendidos como atos de

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

concentração econômica\*, nos moldes do artigo 88 da LEI DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA. Nesse caso, o CADE\* deve ser notificado previamente à implementação do acordo a fim de apurar eventuais efeitos nocivos à concorrência\*. (vide item c)

5. Os pactos de não agressão também podem ser caracterizados como acordos lesivos à concorrência\*. Ao acordarem sobre divisão de clientela, são capazes de limitar a concorrência\* e, até mesmo, de excluir outros *players* do mercado.

## 02.02 Práticas Unilaterais\*

- 1) Condutas unilaterais são aquelas praticadas de maneira independente por uma única empresa e também podem ser nocivas ao ambiente concorrencial.
- 2) As condutas unilaterais, para que tenham efeitos nocivos à concorrência\*, devem ser praticadas por empresas que detenham posição dominante, ou seja, que possuam a capacidade de alterar unilateralmente as condições do mercado. Segundo a LEI DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA, uma empresa detém posição dominante presumida caso possua mais de 20% de participação de mercado em um determinado mercado relevante.
- 3) Condutas unilaterais podem implicar em restrições verticais, em limitações impostas a outros agentes econômicos com os quais se relacionam na cadeia produtiva e ao ambiente competitivo.
- 4) As duas principais preocupações do CADE\* ao investigar práticas unilaterais\* são: (i) fechamento de mercado e (ii) elevação dos custos dos rivais.

### a. Práticas discriminatórias e recusa em contratar

1. Os agentes econômicos são livres para escolher seus clientes, distribuidores e fornecedores, desde que o façam de modo independente, unilateral e não discriminatório.
2. A prática discriminatória consiste na fixação de preços e condições de pagamento diferentes para o mesmo produto aos clientes de uma mesma categoria.

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

3. Esse tipo de conduta deve ser evitada, de modo que a diferenciação de preços e condições de pagamento deva ser sempre justificada objetivamente, por razões como volume de compra, duração de contrato, condições contratuais específicas, histórico de crédito do cliente, etc.
4. Os casos de recusa de fornecimento são tanto mais graves quanto maior for o poder de mercado da empresa fornecedora. Não obstante, eventual recusa em vender, distribuir ou comprar deve ser fundada em razões comerciais legítimas, tais como a recusa da outra empresa a se adequar a padrões razoáveis de desempenho, dificuldades de crédito, entre outros motivos aceitáveis pela praxe comercial.

- **Recomendações práticas**

O QUE DEVE SER FEITO 	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER 
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Consultar o Departamento de Gestão de Riscos e Conformidade da empresa sempre que houver dúvida sobre a imposição de condições contratuais diferentes para clientes da mesma categoria;</li> <li>➤ Justificar objetivamente os motivos pelos quais a Companhia não contratará com outra parte;</li> <li>➤ Sempre que possível, oferecer a clientes e fornecedores da mesma categoria preços e condições de pagamento equivalentes, a menos que haja um motivo objetivo para diferenciá-los (ex: volume de compra, histórico de crédito, duração do contrato, condições contratuais específicas, etc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Oferecer a clientes e fornecedores da mesma categoria preços e condições de pagamento discriminatórias, sem um motivo objetivo (volume de vendas, histórico de crédito, duração do contrato, condições contratuais específicas, etc.);</li> <li>➤ Recusar a venda de produto dentro das condições de pagamento normais aos usos e costumes comerciais, a menos que haja razões objetivas, como obrigações contratuais, limites à capacidade de produção, histórico de crédito, etc.</li> </ul>



## b. Acordos de exclusividade

1. Acordos de exclusividade podem gerar efeitos anticompetitivos na medida em que ocasionem o fechamento de mercado para concorrentes, distorcendo a competição.

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

2. Quando a exclusividade diz respeito ao fornecimento de uma matéria-prima pode, a depender do caso, dificultar o acesso dos concorrentes a um insumo essencial, afetando de forma negativa sua escala ou seu custo de produção.
3. A prática pode afetar também canais de distribuição de modo a dificultar a colocação dos produtos dos concorrentes no mercado. Em ambos os casos, os acordos de exclusividade podem impedir o acesso de novos entrantes e tornar os rivais menos efetivos ou, até mesmo, excluí-los do mercado.
4. Os acordos de venda ou distribuição exclusiva devem ser justificados de maneira objetiva, segundo, por exemplo, a necessidade de recuperação de investimentos elevados ou a prevenção do efeito carona (*free riding*), quando há investimentos específicos que poderiam ser apropriados por terceiros na ausência de acordos de exclusividade. É importante que também sejam identificadas as eficiências que podem produzir em diversos contextos e que sustentam a justificativa do acordo.

- **Recomendações práticas**



O QUE DEVE SER FEITO 	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER 
<p>Examinar de maneira criteriosa os acordos de exclusividade com clientes ou distribuidores, analisando o potencial de produção de efeitos negativos no mercado e de potenciais eficiências compensatórias do acordo. Em caso de dúvida, o Departamento de Gestão de Riscos e Conformidade deve ser consultado, para validação;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Justificar expressa e objetivamente no instrumento contratual as razões pelas quais é celebrado o acordo de exclusividade;</li> <li>➤ Manter acordos formais e expressos com revendedores, distribuidores ou clientes exclusivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Celebrar acordos de exclusividade que não tragam racionalidade econômica ou eficiências para a empresa ou que distorçam a concorrência*, implicando em uma conduta anticompetitiva</li> </ul>

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

### c. Venda casada

1. Venda Casada é o ato de “subordinar a venda de um bem à aquisição de outro ou à utilização de um serviço, ou subordinar a prestação de um serviço à utilização de outro ou à aquisição de um bem”.
2. Para aferir se a venda conjunta de bens e/ou serviços pode caracterizar a venda casada ilícita, deve-se verificar: (i) existência de dois produtos e/ou serviços separados; (ii) existência de elemento de coerção; (iii) existência de posição dominante no mercado principal ou condicionante; e (iv) caracterização dos efeitos anticompetitivos, seja no mercado condicionado ou no principal.


#### ➤ **Recomendações práticas**

O QUE DEVE SER FEITO 	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER 
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Possibilitar sempre a aquisição de produtos e/ou serviços separadamente, de maneira independente e direta;</li> <li>➤ Deixar sempre por conta do cliente a opção de aceitar ou não a oferta conjunta de produtos e/ou serviços;</li> <li>➤ Sempre que se afigure conveniente subordinar a venda de um produto ou serviço à aceitação de outro, consultar o Departamento de Gestão de Riscos e Conformidade para validação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Condicionar/impor ou subordinar a compra ou utilização de um produto ou serviço à aquisição de outro produto ou serviço;</li> <li>➤ Exercer qualquer tipo de coação/coerção/imposição sobre clientes para aquisição de produtos e/ou serviços ofertados pela Companhia ou seus parceiros comerciais;</li> <li>➤ Permitir que parceiros comerciais da Cimento Itambé condicionem a aquisição de seus produtos e/ou serviços à aquisição de produtos e/ou serviços da Cimento Itambé;</li> <li>➤ Apresentar condições tão vantajosas na compra conjunta dos produtos e/ou serviços de maneira a tornar a compra separada destes produtos e/ou serviços virtualmente inviável.</li> </ul>

## d. Fixação de preço de revenda

1. A fixação de preço de revenda ("FPR") é definida pela Lei de Defesa da Concorrência nos seguintes termos: *"impor, no comércio de bens ou serviços, a distribuidores, varejistas e representantes preços de revenda, descontos, condições de pagamento, quantidades mínimas ou máximas, margens de lucro ou quaisquer outras condições de comercialização relativas a negócios destes com terceiros"*. Trata-se, portanto, de prática em que o fornecedor estabelece preços fixos de revenda para seus produtos, que devem ser praticados pelos seus distribuidores. A fixação de preços pode ser feita mediante mera sugestão ao revendedor ou, até mesmo, por meio de um mecanismo contratual com monitoramento e sanções por descumprimento.

### ➤ **Recomendações práticas**



O QUE DEVE SER FEITO 	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER 
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Permitir que o próprio distribuidor ou revendedor estipule livremente o preço de revenda dos produtos da Cimento Itambé;</li> <li>➤ Consultar o Departamento de Gestão de Riscos e Conformidade caso haja alguma dúvida sobre eventuais sugestões de preços dadas aos distribuidores ou revendedores antes de realiza-las.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fixar o preço de revenda máximo ou mínimo ou a margem de lucro dos distribuidores ou revendedores;</li> <li>➤ Sugerir aumento ou diminuição dos preços finais dos distribuidores ou revendedores com base em informações de mercado;</li> <li>➤ Fixar qualquer nível de desconto a ser concedido pelos distribuidores ou revendedores aos seus clientes;</li> <li>➤ Impor ao cliente uma política de preços ou condições de comercialização que limitem sua relação com terceiros;</li> <li>➤ Utilizar qualquer forma de incentivo, penalidade ou retaliação, como, por exemplo, uma ameaça de encerrar a relação comercial com o distribuidor ou revendedor a fim de fixar o preço de revenda;</li> </ul>

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

## e. Restrição do acesso à matéria-prima/ Monopolização de matéria-prima

1. A Lei de Defesa da Concorrência caracteriza também como potenciais condutas ilícitas a destruição, inutilização e o açambarcamento (acumulação de grande quantidade de material para provocar sua falta no mercado e venda posterior por preço elevado; monopolização) de matérias primas, devido aos efeitos anticompetitivos causados por essas práticas. Em determinadas circunstâncias, uma empresa pode objetivar adquirir matérias-primas essenciais em quantidades superiores às necessárias para a sua atividade produtiva. Essa prática pode ser considerada anticompetitiva quando tiver a finalidade de prejudicar o acesso de competidores ao referido insumo, inexistindo racionalidade econômica para tal conduta.

### ➤ **Recomendações práticas**

O QUE DEVE SER FEITO 	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER 
<p>➤ Submeter quaisquer contratos de aquisição de matérias-primas (tais como cinza, coque, escória, gesso, clínquer, ou qualquer outro insumo necessário à produção de cimento ou concreto), previamente à sua assinatura, ao Departamento Jurídico para análise e validação das cláusulas contratuais, especialmente daquelas relativas às negociações de volume.</p>	<p>➤ Aquisição de insumos que sejam essenciais para a produção de cimento ou concreto em quantidades claramente superiores ao consumo histórico da Cimento Itambé, somente para retirar a disponibilidade desses insumos do mercado, causando prejuízos aos concorrentes;</p>

## f. Políticas de Preços e Descontos

1. As políticas de preços dos agentes econômicos são objeto de acompanhamento e avaliação pelas autoridades concorrenciais. Isso porque o preço do produto produz efeitos diretos na concorrência\* do mercado do qual o produto faz parte. Nesse sentido, uma importante faceta dos preços que pode suscitar preocupações concorrenciais é a política de descontos das empresas. Descontos são pró-competitivos e devem ser estimulados. No entanto, descontos condicionados, por exemplo,



\* Ver definição no Anexo I - Glossário



podem produzir efeitos muito similares a acordos de exclusividade, na medida em que podem acarretar substancial fechamento de mercado a rivais.

2. Os descontos condicionados sobrevêm quando a empresa dominante exige que seus clientes comprem a totalidade ou quase totalidade de sua demanda para obter descontos expressivos. Porquanto esses descontos não possam ser reproduzidos por outros agentes econômicos igualmente eficientes, haverá potencial distorção na competição, a qual deverá ser analisada pela autoridade concorrencial minuciosamente.

➤ **Recomendações práticas**

O QUE DEVE SER FEITO 	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER 
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ter uma justificativa comercial/econômica objetiva nas concessões de descontos;</li> <li>➤ Consultar o Departamento de Gestão de Risco e Conformidade quando houver dúvida acerca da licitude concorrencial de políticas de descontos concedidas a clientes ou distribuidores;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conceder descontos muito díspares para clientes da mesma categoria sem uma justificativa objetiva (ex: volume de vendas, histórico de crédito, duração do contrato, condições contratuais específicas, etc.).</li> </ul>

### **03. Atos de Concentração Econômica (ACs)\***

- a) Além do controle repressivo de condutas anticoncorrenciais, o CADE\* realiza um controle de atos de concentração econômica\*. Por meio desse controle o CADE\* procura examinar mudanças ocasionadas pelos movimentos empresariais nas estruturas de mercado para evitar a formação de monopólios ou oligopólios que favoreçam a prática de preços superiores àqueles considerados 'competitivos'.
- b) As operações de concentração criam vínculos estruturais de natureza estável entre empresas independentes. Tradicionalmente, atos de concentração importam em operações societárias de fusão, aquisição de controle, incorporação, *joint venture*, contratos associativos\*, cooperativas, consórcios entre empresas, entre outros.
- c) A Lei de Defesa da Concorrência estabelece critérios objetivos para que os ACs sejam obrigatoriamente notificados ao CADE\*. Portanto, define um filtro para a submissão de operações à autoridade

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

concorrencial. Os ACs de notificação obrigatória ao CADE\* são aqueles em que os grupos econômicos envolvidos na operação tenham registrado faturamento bruto anual ou volume de negócios total no Brasil, no ano anterior à operação, equivalente ou superior a R\$ 750 milhões, de um lado, e equivalente ou superior a R\$ 75 milhões, de outro.

- d) As operações de concentração econômica podem ser reprovadas pela autoridade concorrencial caso:
- Impliquem eliminação da concorrência\* em parte substancial do mercado relevante;
  - Possam criar ou reforçar uma posição dominante; ou
  - Possam resultar na dominação de mercado relevante de bens ou serviços.
- e) Todavia, as operações que se enquadrarem em alguma destas hipóteses ainda poderão ser autorizadas, caso resultem em ganho de eficiência econômica e aumento do bem-estar do consumidor. Segundo a Lei de Defesa da Concorrência é preciso que (i) cumulada ou alternativamente, aumentem a produtividade ou a competitividade, melhorem a qualidade de bens ou serviços, ou propiciem a eficiência e o desenvolvimento tecnológico ou econômico; e (ii) repassem aos consumidores parte relevante dos benefícios gerados.
- f) É importante ressaltar que, caso seja necessário submeter a operação à aprovação do CADE\*, as partes devem manter as condições de concorrência\* inalteradas até que a operação seja aprovada pela autoridade concorrencial. Isto porque, é vedada a consumação prévia de ACs\* antes da aprovação do CADE\*, prática chamada pela doutrina de "*gun jumping*"\*, que significa "queimar a largada". A consumação prévia de um AC ou a não notificação de uma operação ao CADE\* pode importar nas seguintes penalidades:
- Multa no valor de R\$ 60 mil e R\$ 60 milhões;
  - Abertura de processo administrativo para investigação de potencial conduta anticoncorrencial derivada da não notificação do negócio ao CADE\*;
  - Determinação de desconstituição ou declaração de nulidade do negócio ou de partes do negócio;

➤ **Recomendações práticas**

O QUE DEVE SER FEITO 😊	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER ☹️
➤ Realizar criterioso exame de operações para verificar a configuração	➤ Celebrar contratos com concorrentes sem tomar as devidas

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

O QUE DEVE SER FEITO 😊	O QUE NUNCA SE DEVE FAZER ☹️
<p>de AC de notificação obrigatória e prévia ao CADE*, em especial de contratos associativos*;</p> <p>➤ Consultar os Departamentos Jurídico e de Gestão de Riscos e Conformidade da Cimento Itambé, antes mesmo do início das negociações de qualquer operação, especialmente se esta envolver algum concorrente;</p> <p>Preservar a confidencialidade das informações concorrencialmente sensíveis* no momento das negociações até a celebração de um contrato definitivo ou, ainda, no caso de operações de notificação obrigatória ao CADE*, até a aprovação da operação pela autoridade concorrencial;</p> <p>➤ Designar pessoal específico para negociar e implementar acordos envolvendo concorrentes, preferencialmente alguém não envolvido com atividades de precificação, vendas e <i>marketing</i>;</p>	<p>precauções quanto ao escopo e ao conteúdo das informações que podem ser trocadas entre as partes;</p> <p>➤ Trocar informações estratégicas ou concorrencialmente sensíveis* que não sejam estritamente necessárias para a negociação e implementação dos contratos, especialmente se estes contratos forem negociados com concorrentes.</p>

### 03.01 Contratos associativos\*

1. A Resolução nº 17/2016 do CADE\* disciplina os contratos associativos\* que obrigatoriamente devem ser notificados ao CADE\* e estabelece os requisitos para a caracterização desse tipo de operação:

De acordo com a referida Resolução, contratos associativos\* são aqueles com **duração igual ou superior a 2 (dois) anos** que estabeleçam **empreendimento comum** para exploração de **atividade econômica**, desde que, cumulativamente:

- Estabeleçam o **compartilhamento de riscos e resultados** da atividade econômica que constitua o seu objeto; e
- As partes contratantes sejam **concorrentes no mercado relevante objeto do contrato**.

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

2. Em cenários de crise econômica, as empresas tendem a realizar operações associativas para reduzir custos e otimizar a capacidade produtiva. Uma das espécies de contratos associativos\* comumente negociadas entre os agentes econômicos são os “acordos mitigadores de crise”, o que chama atenção das autoridades concorrenciais.
3. Esses contratos, embora sejam lícitos, devem obedecer algumas diretrizes concorrenciais como, por exemplo, o comprovado ganho de eficiência, a manutenção de independência e rivalidade entre as empresas operantes, o caráter temporário do acordo, entre outros.
4. Os “acordos mitigadores de crise” podem também incluir acordos de permuta (*swap agreements*) entre concorrentes, envolvendo a troca de volumes de matérias-primas ou de produtos. Esse tipo de acordo permite a redução de custos de frete e, possivelmente, possibilita a comercialização em uma área maior do que a considerada lucrativa. Acordos de permuta também podem aumentar a eficiência dos agentes econômicos e ocorrem, muitas vezes, em casos de ausência temporária de insumos ou produtos. Esses acordos são, geralmente, pró-competitivos e não costumam gerar preocupações concorrenciais, desde que sejam seguidas as recomendações deste Manual.
5. Contratos associativos\*, incluindo “acordos mitigadores de crise”, podem, portanto, demandar a submissão da operação à aprovação prévia do CADE\* por configurarem atos de concentração econômica\*. Nesse sentido, é de extrema importância a adoção de algumas precauções pelos empregados, Colaboradores e executivos da Cimento Itambé, a fim de evitar que esses tipos de operações deixem de passar pelo crivo da autoridade antitruste, caracterizando uma infração concursal\*.
6. Sendo assim, recomenda-se que os Departamentos Jurídico e de Gestão de Riscos e Conformidade da Cimento Itambé sempre sejam envolvidos, antes mesmo do início das negociações desses tipos de contrato.

## D. Penalidades

01. O cometimento de qualquer infração contra a ordem econômica pode expor a Companhia e seus Colaboradores às penalidades administrativas, civis e/ou criminais, detalhadas no Código de Integridade Concurral da empresa.

\* Ver definição no Anexo I - Glossário

02. Internamente, o descumprimento das diretrizes deste Manual enseja a aplicação de medidas disciplinares de responsabilização dos agentes que a descumprirem conforme a respectiva gravidade de tal violação, permitindo a suspensão imediata de funções relacionadas com o trabalho, eventual demissão ou até a possibilidade de adoção de medidas legais de natureza cível ou penal.

## **E. Disposições Gerais**

01. Este Manual entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho de Administração da Companhia e revoga quaisquer normas e procedimentos em contrário.

Curitiba, 22 de Março de 2018.

**Cia. de Cimento Itambé**

## ANEXO I

### Glossário de Conceitos do Código de Integridade Concorrencial

- **Ato de Concentração Econômica:** Operações de fusão, aquisição de controle, incorporação, contrato associativo, consórcio ou *joint venture* envolvendo duas ou mais empresas, em que os respectivos grupos econômicos envolvidos tenham registrado, no ano anterior à operação em questão, faturamento bruto ou volume total de negócios, no Brasil, equivalente ou superior a R\$ 750 milhões, de um lado, e equivalente ou superior a R\$ 75 milhões, de outro.
- **CADE:** Conselho Administrativo de Defesa Econômica.
- **Concorrência:** Disputa entre os fornecedores em um determinado mercado pela preferência dos consumidores ou destinatários finais dos seus bens ou serviços.
- **Contratos Associativos:** Contratos com duração igual ou superior a 2 (dois) anos que estabeleçam empreendimento comum para exploração de atividade econômica, desde que, cumulativamente: (i) estabeleçam o compartilhamento de riscos e resultados da atividade econômica que constitua o seu objeto; e (ii) as partes contratantes sejam concorrentes no mercado relevante objeto do contrato, no termos da Resolução nº 17/2016 do CADE.
- **Condutas com efeitos exclusionários:** Condutas empresariais que podem excluir competidores de um dado mercado.
- **Consumação Prévia de Ato de Concentração Econômica (*Gun Jumping*):** Significa colocar em prática atos ou atividades que possam levar à violação da necessidade de aguardar a aprovação prévia de um Ato de Concentração Econômica pelo CADE.
- **Ilícitos antitruste ou infrações concorrenciais:** Práticas cometidas por empresas e seus representantes, unilateralmente ou conjuntamente com concorrentes, que tenham por objeto ou possam produzir efeitos

lesivos à concorrência. Essas infrações são coibidas pela Lei de Defesa da Concorrência.

- **Informações estratégicas ou concorrencialmente sensíveis:** Informações que versam diretamente sobre estratégias comerciais das empresas e que podem alterar a dinâmica competitiva, tais como preço do produto/serviço, descontos, custos, capacidade produtiva, produção e *marketing*, lista de clientes, salários de funcionários, fornecedores e condições de contratos com eles celebrados, informações não públicas sobre propriedade intelectual, planos de aquisições futuras e outros aspectos do posicionamento competitivo da empresa.
- **Práticas coordenadas:** São práticas realizadas por um conjunto de agentes econômicos. Essas práticas podem ser ilícitos antitruste\* quando mitigam ou eliminam a concorrência entre os agentes econômicos.
- **Práticas unilaterais:** São práticas realizadas por uma empresa que, isoladamente, seja capaz de afetar a competição por bens ou serviços. Para caracterizar uma infração concorrencial\* unilateral, é necessário que o agente econômico (i) detenha posição dominante no mercado em que atua e (ii) exerça de forma abusiva essa posição dominante. Práticas anticompetitivas unilaterais podem produzir efeitos exclusionários\* no mercado de atuação da empresa dominante. Alguns exemplos de práticas que podem vir a ser consideradas abusivas a depender das circunstâncias são: preços predatórios, fixação de preço de revenda, descontos condicionados, recusa de contratar, acordos de exclusividade, dentre outros. Em regra, práticas unilaterais dependem de uma análise dos efeitos anticompetitivos, potenciais ou efetivos, sobre os demais agentes econômicos e o ambiente competitivo como um todo.

\* Ver definição no Anexo I - Glossário