



GUIA DE CONDOTA CONCORRENCIAL

Orientações sobre a legislação
brasileira de defesa da concorrência



INTRODUÇÃO	3
A IMPORTÂNCIA DA CONCORRÊNCIA	2
A DEFESA DA CONCORRÊNCIA NO BRASIL	4
Quais são os órgãos responsáveis por aplicar a Lei de Defesa a Concorrência?	4
Controle Preventivo	4
Controle Repressivo	5
CONDUTAS ANTICONCORRENCIAIS	5
Condutas Horizontais	6
Condutas Verticais	8
Sanções	9
COMO AGIR	11
Contatos com Concorrentes	11
Associações de Classe	12
Elaboração de documentos	13
Inspeções surpresa por parte das autoridades de defesa da concorrência (Busca e Apreensão)	14
Descoberta de uma conduta anticoncorrencial	15

INTRODUÇÃO

1. A privatização da Companhia, em 2019, intensificou o desenvolvimento de um novo modelo de integridade empresarial e de governança corporativa, fortemente ancorado na gestão de riscos. E, assim, tendo em vista tanto o denominado “modelo de três linhas” quanto a efetividade da prevenção, da detecção e da remediação, a Companhia instituiu, nos termos da Política de Integridade (aprovada pelo Conselho de Administração), um Sistema de Gestão de Integridade: uma evolução organizacional — que compreende um conjunto de arranjos institucionais, processos de trabalho, regulamentações, instrumentos de gerenciamento e controle — destinada a promover a integridade da corporação e de sua força de trabalho.
2. Como consequência direta dessa Política de Integridade, a Companhia editou seu novo Código de Conduta Ética, atribuindo maior coesão e robustez normativa e administrativa às políticas, aos regulamentos e às medidas que, juntos, constituem o Ambiente de Controle desta organização.
3. Nesse sentido, destacadamente, fez-se mister revisar e atualizar o Guia de Conduta Concorrencial (“Guia”) para que mais forte e incisivamente a Companhia pudesse contribuir para integridade dos ambientes de negócios nos quais atua e, desta forma, realizar, na prática, os princípios que preconiza: Conformidade, Ética, Equidade, Transparência e Efetividade.
4. O objetivo específico deste Guia é informar e conscientizar os colaboradores da Vibra Energia S/A (“VIBRA”), permitindo a prevenção de questionamentos e a melhoria contínua na observância da aplicação da legislação de defesa da concorrência, assim como a redução dos riscos e sanções para a companhia. A VIBRA acredita nos benefícios da concorrência para si, para seus colaboradores e para a sociedade.

5. Já há muitos anos a VIBRA edita materiais com orientações gerais sobre a legislação de defesa da concorrência, como se observa por exemplo dos seguintes documentos: DIPs BR-PRD/GJD 886/2008, BR-PRD/GJD 158/2009, BR-PRD/GJD-CIRCULAR 09/2012. Referidas orientações são oportunamente atualizadas e aprimoradas observando as melhores práticas de mercado e indicações das autoridades e especialistas no tema.
6. Ao longo destes anos, a VIBRA também veio desenvolvendo um sistema de treinamentos sobre conduta concorrencial, que hoje já atingem toda a força comercial da Cia., e junto com esse Guia constituem os pilares do Programa de Compliance Concorrencial da VIBRA.
7. Este Guia deve servir como forma de auxílio e consulta frequente, assim como os treinamentos periódicos e eventuais orientações pontuais sobre o tema. Deve estar sempre acessível para esclarecer dúvidas em relação às condutas comerciais e contatos com concorrentes, clientes e fornecedores. Se as dúvidas persistirem, consulte seu superior e/ou a Diretoria Jurídica (“DJAC”).

A IMPORTÂNCIA DA CONCORRÊNCIA

8. A legislação de defesa da concorrência serve como instrumento de proteção e de preservação dos mais variados princípios e valores constitucionais que regem o mercado de forma geral, como, por exemplo, os princípios da livre iniciativa, livre concorrência, defesa do consumidor. Em um mercado livre, as empresas que mais inovam e as que se mostram mais eficientes irão prosperar, beneficiando, por conseguinte, os consumidores, que terão à sua disposição melhores produtos por menores preços. A VIBRA sempre esteve comprometida com esses princípios e valores!
9. A preservação da livre concorrência garante que os consumidores tenham acesso a bens e serviços com a melhor qualidade possível ao menor

preço possível, obrigando as empresas a investir continuamente na qualidade de seus produtos e na eficiência de seus processos produtivos. A limitação da concorrência tem efeitos negativos não só sobre os consumidores, mas também sobre toda a economia, que deixa de funcionar de maneira eficiente.

A DEFESA DA CONCORRÊNCIA NO BRASIL

10. A Constituição Federal de 1988 prevê a livre concorrência como um dos principais fundamentos da ordem econômica nacional e determina a repressão ao abuso do poder econômico que vise eliminar a concorrência, dominar mercados e aumentar arbitrariamente os lucros. Há, basicamente, duas leis que regulamentam o comando constitucional, uma no campo administrativo e outra em âmbito criminal (esta última se aplica apenas às pessoas físicas).
11. No campo administrativo, a Lei nº 12.529/2011 ("Lei de Defesa da Concorrência") dispõe sobre a prevenção e a repressão das infrações contra a ordem econômica em benefício da coletividade. A Lei de Defesa da Concorrência é baseada nos princípios da livre iniciativa e concorrência e, de um modo geral, prevê a forma de implementação da política de concorrência no Brasil.
12. Na esfera criminal, a Lei nº 8.137/1990 dispõe sobre os crimes contra a ordem econômica.

Quais são os órgãos responsáveis por aplicar a Lei de Defesa da Concorrência?

13. No âmbito administrativo, os principais órgãos que cuidam da defesa da concorrência e constituem o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência ("SBDC") são: o Conselho Administrativo de Defesa Econômica ("CADE"), uma autarquia federal, vinculada ao Ministério da Justiça, e a Secretaria de Promoção da Produtividade e Advocacia da Concorrência ("SEPRAC"). Outros

agentes também atuam nesse controle, como as Agências Reguladoras (ANP, ANEEL, ANTAQ etc.).

14. No âmbito criminal, as investigações por práticas infracionais à ordem econômica são conduzidas pela Polícia e pelo Ministério Público Federal, cabendo ao Poder Judiciário decidir pela punição das infrações.
15. A comunicação entre os órgãos de investigação envolvidos tem aumentado ao longo dos anos, e as autoridades, tanto administrativas quanto criminais, têm mantido um diálogo e uma troca de experiências constantes, aumentando a eficácia e o próprio número de investigações e punições de infrações concorrenciais.

Controle Preventivo

16. A Lei de Defesa da Concorrência prevê o controle das alterações estruturais do mercado (artigos 88 e seguintes da Lei). Essas alterações são os chamados "atos de concentração". O CADE exerce o controle preventivo analisando e posteriormente decidindo sobre as fusões, aquisições de controle, incorporações e outros atos de concentração econômica entre grandes empresas que possam colocar em risco a livre concorrência.
17. O artigo 90 da Lei de Defesa da Concorrência estabelece que os seguintes tipos de operação podem ser considerados como ato de concentração:
 - Fusão de 2 ou mais empresas anteriormente independentes;
 - Aquisição, direta ou indireta, do controle ou partes de 1 ou mais empresas, por compra ou permuta de ações, quotas, títulos ou valores mobiliários conversíveis em ações, ou ativos, tangíveis ou intangíveis, por via contratual ou por qualquer outro meio ou forma;
 - Incorporação de 1 ou mais empresas; ou

- Celebração de contrato associativo¹, consórcio ou joint venture entre 2 ou mais empresas.

18. A VIBRA, antes de celebrar qualquer tipo de acordo que possa configurar uma das hipóteses acima, deve obter o posicionamento do Jurídico, uma vez que pode se tratar de operação que dependa da aprovação prévia do CADE.

Controle Repressivo

19. A Lei de Defesa da Concorrência prevê também a repressão de condutas anticoncorrenciais (artigo 36 da Lei). Tecnicamente, qualquer conduta que possa vir a limitar ou de qualquer forma prejudicar a concorrência, independentemente de culpa ou da produção de efeitos, é punível na esfera administrativa e, portanto, proibida. Lembrando que cartéis (acordos entre concorrentes para fixar preço e dividir mercados, por exemplo) também configuram crime. No aspecto criminal, é importante lembrar que a responsabilidade recai exclusivamente sobre as pessoas físicas e não sobre a empresa.
20. As condutas anticoncorrenciais serão tratadas com mais detalhes nos itens seguintes.

CONDUTAS ANTICONCORRENCIAIS

21. As condutas anticoncorrenciais podem ser classificadas como horizontais (acordos entre concorrentes) ou verticais (acordos com fornecedores, distribuidores e clientes).
22. O artigo 36 da Lei de Defesa da Concorrência prevê que constitui infração à ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou

possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados:

- Limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa;
- Dominar mercado relevante de bens ou serviços;
- Aumentar arbitrariamente os lucros; e
- Exercer de forma abusiva posição dominante.

23. Como exemplos de condutas anticompetitivas, a Lei lista: cartéis, vendas casadas, preços predatórios, fixação de preço de revenda, acordos de exclusividade, discriminação de clientes ou fornecedores.
24. A participação e poder de mercado de um agente econômico (quando uma empresa ou grupo de empresas for capaz de manter seus preços sistematicamente acima do nível competitivo de mercado sem com isso perder todos os seus clientes) tornam-se muito relevantes na análise dos potenciais efeitos negativos de uma determinada conduta no mercado. Isto porque, as práticas e políticas de empresas com posição dominante, por exemplo, têm potencial muito maior de afetar negativa ou positivamente a concorrência, devendo, portanto, estarem sempre atentas às suas condutas.
25. De acordo com a Lei de Defesa da Concorrência (artigo 36, parágrafo 2º) e com decisões recentes do CADE, a posição dominante é presumida sempre que uma empresa ou grupo de empresas controlar 20% ou mais de mercado relevante. Este percentual pode variar de acordo com setores específicos da economia.

¹ Segundo a vigente Resolução CADE nº 17/2016, consideram-se associativos os contratos se presentes os seguintes requisitos: (i) duração igual ou superior a dois anos; (ii) que estabeleçam empreendimento comum com compartilhamento dos riscos e dos resultados da atividade econômica quanto ao objeto contratado (independente do propósito lucrativo); (iii) em que as partes são concorrentes no mercado relevante do objeto contratual; e (iv) um dos grupos econômicos das partes envolvidas tenha registrado faturamento bruto no Brasil igual ou superior a R\$ 750 milhões, no ano anterior à operação, e outro grupo econômico envolvido tenha tido faturamento de, no mínimo, R\$ 75 milhões.

26. É importante esclarecer, contudo, que a conquista de market share resultante de processo natural de maior eficiência da empresa em relação a seus concorrentes não é um ilícito concorrencial. O problema é o abuso deste poder de mercado, que pode ocorrer de diversas formas em face de concorrentes (atuação horizontal) ou clientes/ fornecedores (atuação vertical). A distorção unilateral das condições de mercado pode configurar abuso e, somente então, ser passível de persecução pelos órgãos de defesa da concorrência.
27. Considerando que a VIBRA possui participação relevante em alguns mercados, deve atuar com ainda mais cautela, sobretudo onde sua participação for superior a 20%.

Condutas Horizontais

28. Infrações (ou condutas) horizontais referem-se a acordos e ajustes entre concorrentes. Isto é, conversas, trocas de informações, fixação de preço e de práticas entre empresas que se encontram no mesmo nível da cadeia de determinada indústria. Exemplo típico deste tipo de conduta são os cartéis.
29. Cartéis são acordos formais ou informais que diminuem o grau de concorrência no mercado. Trata-se da mais grave das condutas anticoncorrenciais, sendo caracterizada como “o vilão por excelência do direito da concorrência”. Isso porque os cartéis geram apenas efeitos negativos, sem qualquer aumento de eficiência econômica, sendo por isso extremamente nocivos ao bem-estar dos consumidores, aumentando os preços finais dos produtos e estimulando a ineficiência dos agentes econômicos.
30. Exemplos típicos de cartéis (chamados de “clássicos” ou “hard core”) envolvem acordos de divisão de mercado, de área de atuação, a combinação explícita de preços, ou a manutenção de participações de mercado.
31. A prática de cartel pode dar-se de inúmeras formas, todas elas igualmente ilícitas. O conluio e/
- ou ajuste, por exemplo, pode ocorrer simplesmente por meio de entendimentos ou da simples troca de informações sobre:
- a. preços e margens,
 - b. as quantidades produzidas,
 - c. capacidade instalada,
 - d. alocação de clientes ou de regiões de atuação,
 - e. definição de vencedores em licitações públicas ou privadas,
 - f. boicote a fornecedores visando à diminuição do preço de aquisição de insumos etc.
32. No contexto de investigação de cartéis, a troca de informações entre concorrentes é, em regra, preocupante e **MUITO SUSPEITA**, especialmente se as comunicações tiverem por objeto, por exemplo:
- Preços atuais ou futuros, descontos, prêmios, bônus, condições de venda em geral (crédito, prazo de pagamento etc.);
 - Lances em licitações públicas ou privadas ou mesmo a decisão de participar ou não de determinada concorrência;
 - Custos, natureza e abrangência dos produtos ou serviços ofertados (prazos de entrega, preços mínimos, despesas);
 - Custos individuais, estoques, capacidade produtiva, lucros, margens de lucro, estudos de mercado, participações de mercado, business plans etc.;
 - Clientes que podem ou não ser atendidos;
 - Regiões de atuação;
 - Definição de segmentos de atuação; ou
 - Padronização de condições de compra e relacionamento com fornecedores.
33. Em algumas hipóteses bem delimitadas, a troca de informações entre concorrentes é

- tolerada e, no limite, necessária. Tais hipóteses são bastante restritas e, normalmente, dizem respeito à utilização de informações de mercado apresentadas de forma não-identificada e agregada sobre preços ou quantidades referentes ao passado, ou mesmo a obtenção de dados obtidos de órgãos públicos (como, por exemplo, dados de produção e comercialização encaminhados a agências reguladoras). Nesse contexto, é fundamental que antes de receber ou fornecer qualquer tipo de informação sobre o mercado, inclusive no contexto de associações de classe, o Jurídico seja procurado.
34. A punição por prática de cartel NÃO depende da prova da existência de um “acordo” expresso e devidamente formalizado e, em regra, também NÃO depende do faturamento ou da participação de mercado isolada dos concorrentes envolvidos. A maioria das condenações recentes por prática de cartel se dá por meio da observação conjunta da estrutura de mercado, associada à existência de indícios do comportamento dos concorrentes e da existência de contatos entre eles. Nesse contexto, em determinados mercados, a verificação de contatos frequentes entre concorrentes por si só já é suficiente para levantar suspeitas, ainda que não seja isoladamente suficiente para resultar em condenações.
 35. Nesse contexto, cabe apontar que, apesar de necessárias e organizadas para fins legítimos e lícitos, as associações de classe e sindicatos frequentemente estão envolvidas em investigações e até punições decorrentes de cartel. As associações propiciam um ambiente que acaba facilitando a troca de informações concorrencialmente relevantes para fins escusos e, portanto, a participação nessas associações requer particular atenção e cuidado por parte de seus associados. Deve-se atentar para o fato de que, mesmo que muitos dos participantes de uma associação não atuem de forma anticompetitiva no contexto da associação, as informações trocadas nesses tipos de reunião são muito sensíveis.
 36. É importante destacar que a caracterização de um cartel independe da hierarquia dos colaboradores envolvidos. A troca de informações sensíveis entre Supervisores, Gerentes, Vendedores, Profissionais de Vendas, Assessores Comerciais de empresas concorrentes é tão grave quanto à troca de informações sensíveis entre Presidentes e Diretores. A existência de poderes formais de representante da empresa é um fator pouco relevante para a condenação por prática de cartel.
 37. No caso específico de certos segmentos, onde existe atuação da VIBRA, algumas características do mercado podem acabar facilitando a colusão, como por exemplo, (i) existência de poucos players, (ii) produto homogêneo (não diferenciado), (iii) semelhança na estrutura dos custos e (iv) existência de associações de classe ou sindicato, tornando o cuidado com a sinalização de preços e a troca de informações ainda mais importantes.
 38. Além do cartel, outra hipótese de conduta ilícita no mesmo mercado do agente (conduta horizontal) é a prática de preço injustificadamente abaixo do custo variável médio, visando eliminar concorrentes para, em momento posterior, praticar preços e lucros próximos aos de um monopolista. Tal prática é denominada “preço predatório”. Para haver o ilícito é preciso verificar os custos e preços ao longo do tempo, pois não se confundem com práticas sazonais ou políticas comerciais legítimas, como descontos ou promoções.
 39. Neste contexto, é fundamental que este Guia sirva de orientação para as negociações com os revendedores.
 40. Além disso, sempre que necessário, os contratos e acordos celebrados com clientes, fornecedores, distribuidores e transportadores devem sempre ser analisados previamente pelo Jurídico conforme as normas internas da VIBRA.

Condutas Verticais

41. Quando se fala em relações e acordos verticais, deve-se ter em mente uma linha vertical imaginária que conecta desde a empresa extratora da matéria-prima ao consumidor final. No decorrer desta linha, existem várias fases de produção e comercialização. As condutas verticais inserem-se nesta linha e ocorrem, via de regra, entre agentes econômicos que desenvolvem suas atividades em diferentes segmentos da cadeia produtiva.
42. Para o CADE, as condutas anticompetitivas verticais são restrições impostas por produtores/ofertantes de bens ou serviços em determinado mercado (“de origem”) sobre mercados relacionados verticalmente – acima ou abaixo – ao longo da cadeia produtiva (mercado “alvo”). A VIBRA é livre para escolher seus clientes e fornecedores, e deve fazer isso de forma independente e observando eventuais restrições oriundas da legislação.
43. Há diversas modalidades de conduta vertical. A seguir, apresentam-se alguns exemplos de práticas que podem configurar ilícitos concorrenciais, desde que –conforme acima explicado – falseiem ou limitem indevidamente a concorrência ou impliquem exercício abusivo de posição dominante ou a dominação de mercado relevante de bens ou serviços, sem que haja racionalidade econômica para a prática da conduta .
- a) Acordos com Exclusividade: concessão de exclusividade em determinado mercado a um revendedor ou distribuidor, fazendo com que o distribuidor passe a ser exclusivo para determinado território ou produto. O acordo de exclusividade pode ser considerado como prejudicial ao ambiente concorrencial se possibilitar fechamento de mercado para outros fornecedores que desejem contratar com o distribuidor exclusivo e/ou outros distribuidores que desejem contratar com aquele produtor no território específico. Não é vedado celebrar acordos de exclusividade, mas deve-se verificar sempre as razões técnicas e econômicas de sua adoção.
- b) Fixação de Preço de Revenda: fixar o preço de revenda dos produtos por parte dos revendedores. Essa fixação pode limitar indevidamente a possibilidade de variação de preços praticados entre os revendedores da VIBRA e, conseqüentemente, a concorrência entre eles. A prática é considerada particularmente sensível se houver fixação de preço mínimo de revenda.
- c) Alocação de Revendedores por Território/ Cliente: impor a divisão de mercado entre os revendedores, atribuindo a cada revendedor uma determinada cidade, região ou cliente. Essa prática pode acabar por restringir indevidamente a concorrência entre esses revendedores que podem passar a atuar como “monopolistas” para aquele determinado território ou cliente.
- d) Discriminação entre Clientes/Fornecedores: tratar de forma diferente clientes ou fornecedores que possam ser considerados “iguais”. Embora um preço diferenciado ou um desconto seja admitido pela legislação antitruste (como, por exemplo, para concorrer com determinada oferta de outros competidores ou para refletir eventuais economias de custo), tais situações requerem análise específica, pois o fornecedor com poder de mercado, ao discriminar indistintamente seus clientes, pode acabar prejudicando indevidamente a concorrência entre eles.
- e) Recusa de Venda: A VIBRA é livre, em regra, para recusar negócios que sejam contrários a interesses comerciais legítimos como, por exemplo, para sua proteção contra risco de crédito, riscos ambientais, riscos à reputação comercial, dentre outros. Contudo, tal prática pode gerar a indevida exclusão de concorrentes em mercados relacionados verticalmente. Por tal razão, há certos casos em que a legislação antitruste impõe uma negociação compulsória. Considerando que essa mesma legislação não define, taxativamente, os casos em que tem de se dar negociação obrigatória, o Jurídico deve ser consultado previamente antes de decisão da Companhia em não negociar com um cliente ou potencial cliente,

salvo nos casos em que já houver orientação definida anteriormente.

f) Incentivar ou influenciar a adoção de conduta uniforme por concorrente: na medida em que VIBRA se relaciona com seus revendedores, a eventual adoção de determinadas medidas que incentivem a adoção de condutas uniformes entre eles poderia vir a limitar indevidamente a competição intramarca entre revendedores.

g) Subordinar a venda de um bem/serviço à aquisição de outro: Nenhum produto (bem ou serviço) da VIBRA pode ter sua venda condicionada à compra de outro produto da empresa ou à "não aquisição" de algum produto de um concorrente, a não ser nas hipóteses de compatibilidade com a legislação de defesa da concorrência, a serem examinadas caso a caso.

44. A condenação de condutas verticais depende de uma análise pormenorizada da estrutura de mercado, das condições de concorrência, dos objetivos da conduta analisada e dos seus reais efeitos no mercado. Tecnicamente, somente podem ser punidas pela prática de condutas verticais anticoncorrenciais aquelas empresas que agiram de forma ilícita e detenham uma participação de mercado relativamente elevada, muito embora possa haver exceções. Caso haja justificativa econômica para a prática do ato, este poderá deixar de ser caracterizado como uma infração contra a ordem econômica. Geralmente empresas sem poder de mercado não conseguem sustentar uma prática vertical abusiva.

45. Estes exemplos e explicações não esgotam o universo de práticas potencialmente anticoncorrenciais (e, portanto, proibidas). Por essa razão, o recurso ao Jurídico é sempre necessário para identificar potenciais riscos e orientar a conduta dos colaboradores da VIBRA, em especial no tocante a essas práticas que, a depender do contexto, podem ser consideradas lícitas ou não.

Sanções

46. Além dos evidentes transtornos práticos e dos custos relacionados a uma investigação (honorários, custas processuais, recursos da administração das empresas etc.), a condenação por uma infração concorrencial tem um custo imensurável em termos de reputação: a boa imagem da VIBRA diante de seus clientes e fornecedores pode ser irremediavelmente abalada por conta de uma condenação por prática anticoncorrencial – ou mesmo por conta de mero envolvimento em investigações dessa natureza –, que podem levar à perda de credibilidade e, conseqüentemente, de lucratividade, diminuindo o valor da empresa. Ademais, as empresas ficam sujeitas a sanções administrativas.

47. Da mesma forma, investigações concorrenciais também podem levar as pessoas físicas a situações extremamente desagradáveis e prejudiciais à sua imagem, sujeitando-as ainda a penalidades administrativas e criminais.

Para as empresas

48. As empresas condenadas estão sujeitas às seguintes sanções no âmbito administrativo:

- Multa de 0,1 a 20% do faturamento bruto no último exercício no ramo de atividade empresarial em que ocorreu a infração. A multa poderá ser aplicada sobre o faturamento total da empresa ou do grupo econômico se o faturamento não estiver discriminado por ramo de atividade empresarial ou se o faturamento discriminado for considerado incompleto e/ou não idôneo. O valor da multa não deverá ser inferior à vantagem auferida com a prática anticompetitiva;
- Publicação de extrato da decisão condenatória em jornal de grande circulação;

- Proibição de contratar com instituições financeiras oficiais e participar de licitação junto à Administração Pública por prazo não inferior a cinco anos;
- Inscrição do infrator no Cadastro Nacional de Defesa do Consumidor;
- Licença compulsória de patentes de titularidade do infrator;
- Perda de incentivos fiscais ou subsídios públicos; e
- Cisão de sociedade, transferência de controle societário, venda de ativos, cessação parcial de atividade, ou qualquer outro ato ou providência necessários para a eliminação dos efeitos nocivos à ordem econômica.

Para as pessoas físicas

49. As pessoas físicas condenadas estão sujeitas às seguintes sanções no âmbito administrativo:
- Multa de 1 a 20% do valor da multa aplicada à empresa, de responsabilidade pessoal e exclusiva, no caso de administrador que seja direta ou indiretamente responsável pela infração cometida;
 - Multa de R\$ 50 mil a R\$ 2 bilhões, no caso de outras pessoas físicas que não exerçam cargo de direção ou administração na empresa; e
 - A proibição de exercer o comércio em nome próprio ou como representante de pessoa jurídica, pelo prazo de até 5 (cinco) anos.
 - Cartel também é crime! As penas podem ser de 2 a 5 anos de prisão E multa.

Para as empresas e pessoas físicas

50. A condenação por ilícitos concorrenciais, além de resultar em penalidades administrativas, de um lado, e criminais, de outro, pode também

ensejar ações de indenização, movidas por consumidores, fornecedores e concorrentes lesados financeiramente pelo ilícito cometido pelas empresas e pessoas físicas condenadas.

COMO AGIR

Práticas Comerciais e de Preços

51. Os preços e as práticas comerciais realizadas pela VIBRA deverão ser estabelecidos de maneira independente, levando-se em conta os custos da empresa, as condições do mercado e a competitividade dos preços.
52. Situações de “guerra de preços” são ocasiões pontuais em que se verifica alguma anomalia no mercado, geralmente decorrente de um agente atuando em contexto de alguma irregularidade (como evasão tributária ou adulteração de produtos). Tais situações podem exigir medidas excepcionais da VIBRA com o objetivo de manter seus legítimos interesses, que são também interesses da coletividade. Em tais situações é importante observar as diretrizes da Cia. para tal atuação circunstancial, por meio de suas políticas e orientações internas.

Contatos com Concorrentes

53. Contatos com concorrentes, no âmbito ou não de uma associação de classe ou sindicato, somente podem ocorrer em situações muito específicas e devem ser limitados, nunca havendo troca de dados estratégicos ou sensíveis.
54. Com relação às informações sobre concorrentes recebidas por fontes de mercado (clientes, jornais, revistas especializadas, observação do mercado, estimativas internas, dados publicados por entidades governamentais), sua utilização é lícita e, em certas ocasiões, necessário para a atuação competitiva da empresa. A diferença está na forma como essas informações são recebidas: nunca diretamente de concorrentes.

55. Nesse contexto, os colaboradores da VIBRA somente estão autorizados a trocar informações com os seus concorrentes quando existir uma razão comercial legítima para tanto e em um ambiente adequado, dentro de padrões rígidos e bem-definidos. Portanto, **NUNCA** lidere, conduza, participe, colabore ou adote qualquer conduta que possa associar a empresa a algum tipo de atitude que possa ser considerada conluio, formal ou informal, com seus concorrentes.
56. Em especial:
- **NUNCA** compartilhe com concorrentes, ou permita que concorrentes o façam, informações sobre preços, quantidades, condições de venda ou quaisquer outras informações de natureza comercial (custos, capacidade instalada ou ociosa, tipos de produtos, inovações tecnológicas, diferenciais competitivos, política de descontos ou promoções, escolha de clientes, marketing etc.) e **NUNCA** participe de reuniões, almoços, encontros, etc. com concorrentes em que assuntos desse tipo sejam discutidos, mesmo que de maneira informal;
 - **NUNCA** mantenha entendimentos de qualquer natureza com concorrentes visando a alocar clientes, produtos ou regiões de atuação com concorrentes da VIBRA e **NUNCA** compartilhe informações ou discuta assuntos relacionados a essas questões;
 - **NUNCA** converse com concorrentes sobre os termos e condições de participações em concorrências públicas ou privadas;
 - **NUNCA** se recuse a negociar com algum cliente ou fornecedor por força de entendimentos com concorrentes;
 - **NUNCA** seja complacente: não tolere que seus colegas, superiores ou subordinados, mantenham contatos indevidos com concorrentes; e
- **NUNCA** permita que um cliente ou concorrente interfira nas negociações da empresa com outro cliente ou com um concorrente. No caso específico da distribuição de combustíveis, as negociações devem sempre ocorrer de forma individual. Jamais permita que um revendedor exerça algum tipo de influência na negociação da VIBRA com outros postos revendedores da VIBRA.
 - Caso a conversa telefônica da qual participe com o concorrente caminhe para temas relacionados a informações concorrentialmente sensíveis, **RECUSE-SE** a tratar o tema e, caso o interlocutor insista no assunto, desligar o telefone. Deve-se proceder da mesma forma ainda que esteja apenas como ouvinte em uma conferência telefônica, avisando a todos do desligamento;
 - **NUNCA** participe, no âmbito associativo ou fora dele, de elaboração e divulgação de tabelas, ainda que sugestivas, de preços e condições comerciais em que produtos e serviços serão prestados.
 - Assegure-se **SEMPRE** que as decisões comerciais da VIBRA sejam tomadas de forma independente e em benefício exclusivo da empresa, de seus colaboradores e clientes diretos;
 - Assegure-se **SEMPRE**, também, que as pessoas que atuam em nome da VIBRA perante terceiros (tais como assessores comerciais) estejam cientes e observem as diretrizes da empresa quanto à legislação de defesa da concorrência.
 - **SEMPRE** que houver alguma dúvida ou preocupação sobre a conveniência ou licitude de alguma prática consulte previamente seu superior ou o Jurídico.

Associações de Classe

57. As associações de classe e sindicatos são o foro adequado para a discussão de questões concernentes aos interesses do setor e, conseqüentemente, da VIBRA.
58. Contudo, as associações de classe estão muitas vezes associadas à prática de condutas anticompetitivas e mostram-se especialmente propensas, por sua própria composição, a comportamentos permissivos, levando à troca indevida de informações concorrencialmente relevantes. A participação em reuniões de associações de classe e sindicatos deve ser cercada de todos os cuidados possíveis, devendo-se ter em mente que a troca de informações com concorrentes somente pode ocorrer em caráter excepcional.

59. Em especial:

- **SEMPRE** se assegure de que há uma **PAUTA** dos assuntos objeto da reunião e que há também uma **ATA** da reunião que corresponda efetivamente aos assuntos debatidos. Fazer um exame prévio da pauta de reuniões, caso necessário com o auxílio do Jurídico, recusando-se de antemão a participar das reuniões em que se trate de temas concorrencialmente sensíveis;
- Caso uma reunião ou conversa com concorrente discuta assuntos mercadologicamente sensíveis, **SEMPRE** se retire de imediato do recinto, assegurando-se de que sua saída foi objeto de registro em **ATA**, e comunique imediatamente o Jurídico. Caso tal registro na Ata não seja possível, retire-se da mesma forma e comunique prontamente ao Jurídico;
- Sendo necessário fornecer dados da Cia. às Associações de Classe ou Sindicatos, certifique-se de que tais dados tenham caráter público ou, em caso negativo, adote as devidas precauções para retirar

sua sensibilidade concorrencial, como: (i) forneça os dados de forma agregada, (ii) forneça apenas dados históricos, coletados no passado (geralmente com um ano de antecedência, mas, a depender da dinâmica do mercado, podem ser mais recentes); ou (iii) forneça os dados por meio de um mecanismo confidencial de depósito das informações, sob responsabilidade de auditoria externa e independente (como, p.ex., uma black box) que irá consolidar os mesmos;

- Recomende que a Associação de Classe ou Sindicato publique agendas e pautas de reuniões;
- Verifique se a Associação de Classe ou Sindicato adota programa de compliance bem como critérios claros de adesão e exclusão de membros;
- Certifique-se de que, sempre que possível, o representante da VIBRA não seja colaborador lotado no setor comercial ou de vendas.

Elaboração de documentos

60. Tendo em vista que o mercado de revenda e distribuição de combustíveis é foco de especial atenção das autoridades de defesa da concorrência, é importante que a VIBRA e cada um de seus colaboradores individualmente tenha especial atenção na elaboração e arquivamento de documentos, pois, em caso de investigação criminal ou administrativa, podem ocorrer diligências de busca e apreensão de documentos e computadores nas dependências da empresa. No contexto de investigações, é importante que quaisquer informações encontradas a respeito da empresa tenham suficiente clareza e possam ser devidamente contextualizadas para evitar interpretações distorcidas.
61. Por essa razão, é imprescindível agir de forma preventiva e tomar cuidados especiais na elaboração de quaisquer documentos. Para fins de investigação por parte dos órgãos pertencentes

ao Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, entende-se também por documentos escritos os elaborados em meio digital, tais como, emails, aplicativos (WhatsApp, Telegram etc). Além disso, considerando que investigações de condutas anticoncorrenciais podem envolver a interceptação telefônica, as recomendações a seguir aplicam-se também às conversas pelo telefone.

- Pense **ANTES** de escrever. É importante usar o bom senso em comunicações internas e externas. Quaisquer documentos incongruentes ou com linguagem dúbia podem ser extremamente prejudiciais no contexto de uma investigação.
- Cuidado com as palavras. Evite o uso de eufemismos e adjetivos em excesso. Escreva sempre da maneira mais clara possível, refletindo a realidade e com atenção para evitar interpretações distintas e não necessariamente corretas. Tenha cuidado com jargões de um mercado específico, pois podem ser entendidos de forma diversa pela autoridade não familiarizada com os mesmos.
- **SEMPRE** redobre a atenção ao fazer referências a concorrentes, concorrência, informações de mercado e preços:
- Informações de mercado e dados sensíveis devem sempre ter a fonte, pública ou privada, claramente mencionada.
- Não utilize, fora do seu real significado, palavras que tenham um conteúdo legal específico (como "mercado relevante", "poder de mercado", "posição dominante", "venda casada" etc.).
- Não há problema em referências a uma concorrência agressiva, mas é necessário cuidado para evitar induções a uma concorrência predatória. Não use termos como "aniquilar", "eliminar", "destruir", "monopolizar", "conquistar", "dominar", "quebrar" etc.
- Jamais faça referências a "acordos de cavalheiros", "tréguas entre agentes", "trair o acordo", "roer a corda" etc.
- Não use frases que chamam a atenção como: "apague depois de ler".
- **SEMPRE** presuma que o documento será lido por uma autoridade. Em uma investigação, nenhum documento é particular. A regra básica é: não fale ou escreva nada que não gostaria de ver publicado em uma sentença judicial ou na primeira página do jornal.
- **SEMPRE** preste atenção com:
 - Exageros;
 - Eufemismos;
 - Colocações muito breves que possam ser mal interpretadas e/ou descontextualizadas;
 - Piadas sobre concorrência ou questões de mercado.
- **NUNCA** forneça a terceiros quaisquer informações relacionadas a:
 - Estratégias de preços já praticadas, atuais ou futuras (incluindo descontos e outros componentes dos preços) para produtos específicos;
 - Informações sobre os termos de contratos com clientes e fornecedores;
 - Informações detalhadas sobre preços e custos;
 - Estratégias de promoção e marketing atuais e futuras;
 - Informações sobre desenvolvimento de produtos e inovações.

Inspecções surpresa por parte das autoridades de defesa da concorrência (Busca e Apreensão)

62. Por maiores que sejam as precauções tomadas pela VIBRA e seus colaboradores, as autoridades de defesa da concorrência podem tomar medidas extremas de investigação, como a realização de inspecções surpresas ou de medidas de busca e apreensão de documentos. A VIBRA sempre busca colaborar com as autoridades em qualquer situação, sendo importante a correta e estrita observância das instruções abaixo para a adequada defesa dos interesses da investigação, da VIBRA e de seus colaboradores:

- Entre em contato imediatamente com o Jurídico e, na medida do possível, aguarde a chegada dos advogados ou dos responsáveis indicados;
- Na hipótese de não haver um representante do Jurídico, verifique sempre a identificação (identidade funcional) dos servidores públicos que requerem o ingresso nas instalações da VIBRA. Verifique os objetivos e os detalhes do mandado de busca e a apreensão e somente então permita às autoridades acesso às instalações da empresa nos exatos termos do mandado.
- Sempre acompanhe as autoridades e ofereça uma sala reservada (como uma sala de reunião, por exemplo), e sugira que os documentos a serem analisados sejam levados a essa sala.
- Visando evitar interpretações conflitantes, recomenda-se evitar conversar com as autoridades, respondendo somente o estritamente necessário para a realização da inspeção. Não forneça, ainda que informalmente, sua opinião pessoal sobre qualquer assunto e se houver perguntas a serem respondidas sobre a VIBRA, busque orientação jurídica previamente.
- Não destrua ou oculte quaisquer documentos, nem mesmo arquivos eletrônicos.

- Documentos produzidos por advogados possuem sigilo legal, assim, somente disponibilize às autoridades documentos produzidos por advogados ou consultores externos da empresa sob a orientação de um advogado.
- Observe e tome nota de todas as questões feitas pelas autoridades.
- Solicite uma lista dos documentos e bens coletados pelas autoridades e busque providenciar cópias e back-ups.
- Mantenha discrição e sigilo sobre o procedimento de inspeção até que seja orientado pelo advogado. Não converse com terceiros a respeito do procedimento. Apenas as pessoas autorizadas, conforme as normas internas, podem comunicar-se com a imprensa.
- Mantenha a calma e procure zelar pela serenidade do ambiente.

Descoberta de uma conduta anticoncorrencial

63. É do interesse da VIBRA, de seus colaboradores, e de toda a coletividade, que as condutas potencialmente anticoncorrenciais sejam prontamente identificadas e encerradas.
64. A imediata comunicação de dúvidas e de potenciais infrações ao seu superior e/ou ao Jurídico é a melhor maneira de atender a esse objetivo.
65. A VIBRA valoriza a comunicação sobre as atividades de colaboradores que possam levantar suspeita quanto ao integral cumprimento da Política de Conformidade da empresa. Além disso, a VIBRA acredita que encorajar seus colaboradores a observar e reportar os comportamentos inadequados pode evitar a exposição de seus colaboradores e da própria empresa às penalidades legais.
66. Os colaboradores que tiverem conhecimento de qualquer conduta suspeita **DEVEM** imediatamente

comunicar tais suspeitas por meio do Canal de Ética (denúncias), sob a responsabilidade da Ouvidoria que dispõe de mecanismos de proteção existentes para impedir qualquer espécie de retaliação ao denunciante de boa-fé.

67. Caso um revendedor reporte dificuldades para concorrer em um mercado específico em virtude de supostas práticas ilícitas (adulteração de combustíveis, sonegação de impostos etc.) por seus concorrentes (sejam estes bandeirados ou não), entre em contato com o seu superior e consulte o Jurídico. Após uma avaliação caso a caso, a VIBRA apresentará as alternativas possíveis para atender os interesses legítimos do seu revendedor. Nesse meio tempo, todavia, é necessário cuidado especial, pois há risco de a VIBRA ser injustamente acusada. Em particular, a VIBRA não tratará conjuntamente das demandas pleiteadas por seus revendedores. Cada caso será analisado individualmente.
68. Com informação e orientação adequada, a VIBRA e seus colaboradores poderão, por meio do Jurídico, apresentar uma resposta célere e satisfatória aos problemas identificados, preservando seus valores e cumprindo a legislação brasileira, inclusive denunciando condutas ilegais de concorrentes às autoridades responsáveis na medida em que isso seja aplicável.

An aerial photograph of a multi-lane highway cutting through a dense, green forest. Several cars are visible on the road, including a red car and several white cars. The road has white lane markings and a shoulder. The forest is thick and covers most of the landscape.

VIBRA