

Leis anti-trust

Política da DSI de conformidade com as leis anti-trust:
A DSI não aceita nenhuma infração à lei anti-trust

Comunicações

Um uso indevido da língua pode fazer com que os organismos responsáveis pela regulamentação e as agências regulamentadoras pensem que foi infringida a lei anti-trust, ainda que não o tenha sido. Qualquer comunicação escrita, inclusive por e-mail, constitui um registro permanente e pode ser erroneamente interpretada por terceiros. Em todas as comunicações convém ter o cuidado de evitar criar uma impressão incorreta ou suspeita de que se está infringindo uma lei anti-trust.

NÃO:

- Utilize linguagem que dê uma impressão enganosa de uma conduta imprópria ou ilegal (por exemplo, "destrua depois de ler").
- Exagere ou utilize a técnica da hipérbole quando debater a sua participação de mercado.
- Se refira à concorrência como um problema a ser prevenido.
- Utilize linguagem ambígua.
- Escreva nada por email que não possa mais tarde justificar à sua chefia direta ou a qualquer agência regulamentadora.

SIM:

- Utilize formas e contratos padrão, sempre que possível.
- Procure assessoria jurídica para qualquer documento importante.
- Procure assessoria jurídica para todas as comunicações com as autoridades anti-trust ou agências regulamentadoras.
- Faça uma nota explicativa para tudo aquilo que possa ser considerado como suspeito (p.ex. origem da informação sobre uma empresa da concorrência).
- Mantenha a comunicação por escrito com advogados num arquivo separado, designado "assessoria jurídica privilegiada".
- Certifique-se de que tanto você como os que relatam para você estão atualizados com o seu treinamento sobre as leis anti-trust, de acordo com a política anti-trust do Grupo DSI.

Concorrência significa duas ou mais empresas que agem de forma independente com vista a assegurar a atividade de uma terceira parte. A lei anti-trust promove a existência de mercados livres, na medida em que previne as restrições à concorrência, tanto através de uma única empresa, como entre um grupo de empresas.

As conseqüências da infração a uma lei anti-trust são graves e incluem sanções pesadas, responsabilidade civil por danos e danos à reputação.


No que se refere aos indivíduos, estes podem ainda incorrer em ação disciplinar, incluindo demissão e pena de prisão. Você deve, portanto, familiarizar-se com as regras básicas da política anti-trust e ser capaz de identificar as situações em que podem surgir questões relacionadas com a lei anti-trust.

Em caso de dúvida, procure sem demora o conselho da sua chefia ou de um membro do departamento jurídico da DSI. Você deve relatar qualquer conduta anti-trust de que tenha conhecimento no seu local de trabalho, à sua chefia direta ou à direção de RH, a um membro do departamento jurídico ou através do telefone confidencial "Informação de atividade ilícita" ou site Internet.



Leis anti-trust

Política da DSI de conformidade com as leis anti-trust:
A DSI não aceita nenhuma infração à lei anti-trust

| | Proibições | Procurar assessoria jurídica | Permitido |
|---|---|---|---|
| <p>Empresas da concorrência</p> <p>Tenha o máximo cuidado nos contatos com as empresas da concorrência. Em caso de dúvida, solicite assessoria jurídica. Recuse fazer relatórios e documente qualquer abordagem de uma empresa concorrente que lhe dê motivo de preocupação. Abandone imediatamente qualquer reunião com uma associação comercial, caso estejam sendo debatidos assuntos proibidos e insista no fato de que a sua saída fique registrada em ata. Informe, logo que possível, o departamento jurídico sobre esse incidente.</p> | <p>Você não deve:</p> <ul style="list-style-type: none"> Concordar em não entrar em concorrência. Fixar preços. Limitar, controlar ou partilhar mercados. Concordar em restringir produção ou fornecimento. Concordar em não fornecer a determinados clientes. Concordar em manipular propostas/ofertas. Fixar quaisquer outros termos e condições comerciais. Debater qualquer aspecto relativo a preços, descontos, margens, promoções, condições de crédito, participações de clientes. Trocar informação comercialmente sensível, a não ser através de um esquema aprovado legalmente. Chegar a qualquer "acordo" em relação a qualquer um dos pontos referidos acima. Reunir-se com mais do que uma empresa da concorrência, exceto para fins legais e no âmbito de uma associação comercial legitimamente aprovada. | <p>Procure assessoria jurídica antes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> Participar ou fornecer informação a uma associação comercial. Aceitar convites fora dos contatos comerciais normais. Subscrever quaisquer acordos de compra ou fornecimento significativos. Subscrever qualquer acordo de distribuição ou licenciamento. Participar em joint ventures (produção, marketing, Pesquisa e Desenvolvimento). Participar em qualquer forma de intercâmbio de informação, benchmark ou estabelecimento de normas. | <p>Você pode:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mostrar-se fortemente competitivo. Debater assuntos industriais de caráter geral, desde que não seja divulgada qualquer informação comercialmente sensível, ou sensível para a empresa. Procurar as empresas concorrentes através de fontes públicas e de informação disponibilizada voluntariamente (mas faça uma nota da respectiva fonte). |
| <p>Clientes e/ou fornecedores</p>  | <ul style="list-style-type: none"> Fixar o preço pelo qual ou acima do qual os seus clientes podem revender. Impedir os distribuidores de aceitar encomendas provenientes de fora do seu território/grupo de clientes. Impor barreiras à exportação. | <ul style="list-style-type: none"> Subscrever qualquer acordo exclusivo de fornecimento ou aquisição. Subscrever qualquer acordo de swap de produtos. Fazer qualquer anúncio público sobre preços ou custos. Condicionar o fornecimento de um produto ao fornecimento de um produto diferente. Concordar com cláusulas de "cumprir ou libertar" com os clientes. Exigir que os clientes lhe adquiram uma quantidade ou uma percentagem mínima das encomendas efetuadas. Subscrever um acordo com um prazo superior a 5 anos. Impedir os clientes de fazerem um estoque de produtos competitivos. Ter uma participação de mercado elevada, recusar fornecer a um cliente, subscrever um acordo ou oferecer descontos ou promoções não baseados no volume. | <ul style="list-style-type: none"> Promover ativamente os seus produtos. Tratar todos os seus clientes e fornecedores de uma forma equitativa. Recomendar, mas não impor, um preço de revenda. Exigir aos clientes que vendam um produto com a marca registrada adequada e aplicar as normas de qualidade adequadas. Restringir aos distribuidores as vendas ativas fora do seu território contratual/grupo de clientes. |