

Política Concorrencial



Política Concorrencial | versão 6

Data Elaboração | 14/06/2021

Última Revisão | 09/2022

Próxima Revisão | 09/2024

SUMÁRIO

1. Objetivos	4
2. Público Alvo	4
3. Definições	4
4. Diretrizes e Recomendações	6
4.1 - A Livre Concorrência	6
4.2 - Relacionamento com Concorrentes	6
4.3 - Relacionamento com Clientes e Fornecedores	8
4.4 - Controle de Atos de Concentração	8
5. Responsabilidades	9
6. Considerações Finais	10
7. Revisões/Atualizações	11
8. Anotações	11





1. Objetivos

Estabelecer diretrizes e orientar a conduta dos Colaboradores e prestadores de serviço com relação à proteção e defesa da livre concorrência.



2. Público Alvo

Esta política se aplica a todos os Colaboradores e prestadores de serviço.



3. Definições

Atos de Concentração: são considerados atos de concentração: (i) as fusões de duas ou mais empresas anteriormente independentes; (ii) as aquisições de controle ou de partes de uma ou mais empresas por outras; (iii) as incorporações de uma ou mais empresas por outras; ou, ainda, (iv) a celebração de Contrato Associativo, consórcio ou joint venture. Não são considerados atos de concentração, para os efeitos legais, os consórcios ou associações formadas para participação em licitações promovidas pela administração pública.

Canais de Compliance: Canais disponibilizados pelo Grupo Oncoclínicas para que seus Colaboradores e terceiros possam fazer questionamentos sobre compliance e relatar quaisquer suspeitas de violação ao Código de Ética e Conduta e suas políticas. O contato pode ser feito por telefone, pelo número 0800-591-8829, pelo e-mail oncoclinicas@canaldeintegridade.com.br ou pelo website <https://www.canaldeintegridade.com.br/oncoclinicas/>. Os relatos são considerados sigilosos e podem ser feitos anonimamente.



Código de Ética e Conduta: é o Código de Ética e Conduta do Grupo Oncoclínicas que, em conjunto com as políticas e demais normas internas, define a conduta esperada dos Colaboradores e prestadores de serviço no desempenho de suas funções.

Colaborador(es): todos os que atuam em nome ou representação do Grupo Oncoclínicas, incluindo seus acionistas e/ou sócios, médicos, empregados, associados e prestadores de serviço,

Concorrente(s): Pessoa(s) física(s) ou jurídica(s) que oferecem serviços ou produtos iguais ou semelhantes aos ofertados por outra(s) pessoa(s) física(s) ou jurídica(s). A lei considera iguais ou semelhantes produtos ou serviços que possam ser considerados substituíveis entre si.

Contrato(s) Associativo(s): quaisquer contratos com duração igual ou superior a 2 (dois) anos que estabeleçam empreendimento comum para exploração de atividade econômica, desde que, cumulativamente: (i) o contrato estabeleça o compartilhamento dos riscos e resultados da atividade econômica que constitua o seu objeto; e (ii) as partes contratantes sejam concorrentes no Mercado Relevante objeto do contrato.

Grupo de Compliance: Grupo formado por membros das Diretorias Jurídica e de Compliance, Científica, Recursos Humanos e Vice-Presidência Executiva, contando com a participação de representantes das demais Diretorias, quando necessário. É responsável por promover a ampla divulgação interna (aos funcionários) e externa (aos clientes, fornecedores, parceiros e terceiros interessados) dos Canais de Compliance; determinar as sanções e planos de remediação a serem adotados nos casos de violação do Código de Ética e Conduta, aprovação das alterações no Código de Ética e Conduta e suas políticas, dentre outras funções dispostas em seu regimento.

Grupo Oncoclínicas: Abrange a Oncoclínicas do Brasil Serviços Médicos S.A. e todas as empresas subsidiárias, controladas, afiliadas ou que de alguma forma integrem sua estrutura.

Mercado Relevante: compreende os produtos ou serviços ofertados em um determinado território e que os consumidores consideram substituíveis entre si devido às suas características, preços e utilização pretendida.

Posição Dominante: há posição dominante sempre que uma empresa ou grupo de empresas for capaz de alterar unilateral ou coordenadamente as condições de mercado.



4. Diretrizes e Recomendações

4.1 - A Livre Concorrência

As leis de proteção e defesa da concorrência têm o objetivo de garantir que haja condições justas para que Concorrentes possam desenvolver suas atividades, garantindo que os consumidores tenham acesso a bens e serviços de qualidade, com preços competitivos.

A lei brasileira veda qualquer prática de negócios que possa produzir os seguintes efeitos:

- 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.

A seguir, trazemos orientações a serem seguidas pelos Colaboradores e prestadores de serviço com vistas a evitar infrações às leis concorrenciais.

4.2 - Relacionamento com Concorrentes

Os Colaboradores e prestadores de serviço não podem manter qualquer entendimento, acordo ou plano com qualquer Concorrente com o objetivo de manipular ou ajustar preços, segmentar mercado, restringir a oferta e fraudar licitações.

Destacamos a seguir alguns exemplos de condutas proibidas em nossos relacionamentos com Concorrentes:



- Manter discussões sobre planos de aumento e redução de preços e divulgar lista de preços;
- Adotar conduta comercial uniforme, como a fixação de preços e condições comerciais comuns;
- Fixar limites para prestação de serviço sem justificativa plausível, dividir territórios ou clientes;
- Alinhar boicote a certos clientes ou fornecedores;
- Propor ou adotar barreiras para que Concorrentes ingressem no mercado.

Para mitigar o risco de ocorrência de acordos anticompetitivos e a formação de cartéis, a lei também limita as circunstâncias e os tipos de informação que podem ser discutidos entre Concorrentes.

Em regra, Concorrentes estão autorizados a debater interesses setoriais (p.ex.: projetos de lei e regulamentações de interesse comum) e podem buscar, em fontes públicas, informações sobre as atividades uns dos outros (p.ex.: balanços publicados, relatórios com dados de mercado como os emitidos pela Nielsen, mídia em geral, etc.).

Os Colaboradores e prestadores de serviço devem ter especial atenção em suas participações em eventos que contem com a participação de Concorrentes, como reuniões em associações comerciais ou de classe.

Se durante um desses eventos o Colaborador ou prestador de serviço não concordar com determinado ato ou tema em discussão ou tenha dúvida sobre a sua repercussão do ponto de vista concorrencial, deve deixar clara a sua discordância, mediante, por exemplo, o registro em ata. O Colaborador/ prestador de serviço deve se abster de participar da discussão ou ato e deve reportar a situação para o Grupo de Compliance através dos Canais de Compliance.

Discussões e compartilhamento de informações sobre temas estratégicos, tais como preços, margens de lucro, custos e investimentos, são proibidos.



4.3 - Relacionamento com Clientes e Fornecedores

Não devem ser adotadas quaisquer medidas que possam prejudicar a livre iniciativa e a livre concorrência na cadeia de fornecedores e clientes.

Também não devem ser adotadas posturas que limitem o acesso de clientes e fornecedores aos nossos Concorrentes.

Os Colaboradores e prestadores de serviço não devem:

- Estabelecer preços predatórios, ou seja, reduzir os preços abaixo do custo com o objetivo de eliminar ou dificultar a atuação de Concorrentes;
- Impor ao cliente uma política de preços ou condições de comercialização que limitem sua relação com terceiros, como a fixação de preços de revenda, descontos ou abatimentos, quantidades ou margens de lucro;
- Oferecer a clientes e fornecedores da mesma categoria preços e condições de pagamento discriminatórios, sem um motivo objetivo (volumes de venda, histórico de crédito, duração do contrato, condições contratuais específicas, entre outros);
- Recusar a venda de serviços dentro das condições de pagamento normais aos usos e costumes comerciais, a menos que haja razões objetivas, como histórico de crédito, obrigações contratuais, limites à capacidade de produção;
- Impor exclusividade sem uma justificativa negocial válida;
- Condicionar a prestação de um serviço à utilização de outro serviço ou à aquisição de um produto (venda casada).

4.4 - Controle de Atos de Concentração

Com vistas a garantir a manutenção do equilíbrio do mercado e a competitividade, as autoridades de defesa da concorrência exercem o controle prévio dos Atos de Concentração quando:

- (i) Um dos grupos envolvidos na operação tenha registrado



faturamento bruto anual ou volume de negócios total no Brasil, no ano anterior à operação, equivalente ou superior a R\$ 750 milhões; e

(ii) Pelo menos outro grupo envolvido na operação tenha registrado faturamento bruto anual ou volume de negócios total no Brasil, no ano anterior à operação, equivalente ou superior a R\$ 75 milhões.

Nesses casos, a consumação dos Atos de Concentração antes de sua análise pela autoridade concorrencial é proibida. Isso quer dizer que os Colaboradores e prestadores de serviço envolvidos no negócio em questão devem se abster de praticar quaisquer atos de integração e consumação do negócio, tais como o compartilhamento de informações estratégicas, integrações de sistemas e operações.

O descumprimento dessa obrigação configura infração passível de punição, incluindo a declaração de nulidade da operação e imposição de multas que variam de R\$ 60 mil a R\$ 60 milhões.



5. Responsabilidades

Colaboradores e prestadores de serviço:

- Harmonizar sua conduta com o Código de Ética e Conduta e com esta política;
- Garantir que os parceiros de negócios cuja gestão esteja sob sua responsabilidade conheçam os valores expressos no Código de Ética e Conduta e nesta política e que conduzam suas atividades em consonância com esses valores;
- Envolver o Departamento Jurídico na análise de temas concorrenciais e submeter à sua análise e aprovação, contratos e acordos envolvendo Concorrentes, e atos de concentração;
- Relatar quaisquer suspeitas de violação por meio dos Canais de Compliance, colaborando para a melhoria contínua do Grupo Oncoclínicas.



Líderes:

- Reforçar essa política por meio da comunicação;
- Garantir que suas equipes cumpram as diretrizes estabelecidas na política;
- Garantir que suas equipes participem dos treinamentos obrigatórios sobre o Código de Ética e Conduta e esta política.



6. Considerações Finais

Embora o objetivo desta política seja abranger a maioria das situações envolvendo questões concorrenciais, novas situações podem surgir. Deve-se consultar o Grupo de Compliance por meio dos Canais de Compliance para situações que exijam solução ou orientação adicional, a fim de assegurar que os valores aqui expressos sejam preservados.

Esta política é redigida tendo em vista as diretrizes contidas na Lei nº 12529/2011 e demais normas que regem a matéria em território nacional, além das orientações contidas no Guia para Programas de Compliance do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

Esta política está vinculada e é parte integrante do Código de Ética e Conduta e deve ser interpretada em conjunto com as demais políticas relacionadas ao código. O Grupo de Compliance é responsável por dirimir eventuais conflitos entre o conteúdo desta política e demais normas internas do Grupo Oncoclínicas.

A revisão e a atualização desta política estão a cargo do Grupo de Compliance.

A apuração de qualquer alegação de violação desta política deverá seguir o processo estabelecido no Código de Ética e Regimento interno do Grupo de Compliance. Se comprovadas, as violações a esta política sujeitam os infratores às sanções previstas no Regimento Interno do Grupo de Compliance, sem prejuízo das medidas judiciais eventualmente cabíveis.



