



Programa de Compliance Concorrencial dos Correios



Sumário

IDENTIFICAÇÃO GERAL	3
APRESENTAÇÃO	4
PREÂMBULO	5
1 DIMENSÕES DO PROGRAMA	6
1.1 Comprometimento dos Administradores da Empresa	6
1.2 Análise de Riscos Concorrenciais	7
1.3 Procedimentos	8
1.3.1 Livre Concorrência	8
1.3.2 Defesa da Exclusividade Postal	9
1.3.3 Relacionamento com Concorrentes	9
1.3.3.1 Ética e Integridade	9
1.3.3.2 Política e Procedimentos de Precificação de Produtos e Serviços	10
1.3.3.3 Gestão de Produtos e Serviços	11
1.3.4 Licitações Públicas	11
1.3.5 Relacionamento com Fornecedores	13
1.3.6 Relacionamento com Clientes	14
1.3.7 Parcerias	14
1.3.8 Confidencialidade	15
1.3.9 Troca de Informações Concorrencialmente Sensíveis	16
1.4 Transparência	17
1.5 Comunicação e Treinamento	18
1.5.1 Comunicações	18
1.5.2 Treinamentos	18
1.6 Monitoramento e Melhoria Contínua	19
1.6.1 Política de Monitoramento da Qualidade dos Serviços Dos Correios	19
1.6.2 Monitoramento do Programa de Compliance Concorrencial	20
1.6.3 Melhoria Contínua do Compliance Concorrencial	20
2 INSTÂNCIA RESPONSÁVEL PELO PROGRAMA	22
3 TERMO DE COMPROMISSO DE CESSAÇÃO DE PRÁTICA	23
4 GLOSSÁRIO	25
4.1 Conceitos que compõem o glossário:	25

IDENTIFICAÇÃO GERAL

EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS			
CNPJ: 34.028.316/0001-03 - NIRE 5350000030-5			
Empresa Pública de Capital Fechado			
Elaboração:	Departamento de Compliance e Riscos		
Aprovações:	Documento de Aprovação	Data de Aprovação	Versão
	1. 1ª Reunião Ordinária do Conselho de Administração	30/01/2020	1ª
	2. 4ª Reunião Ordinária do Conselho de Administração	26/04/2023	2ª

APRESENTAÇÃO

Os Correios são uma empresa pública federal vinculada ao Ministério das Comunicações, com atuação no segmento postal e prestam serviços de envio de cartas e encomendas, logística integrada, serviços financeiros e de conveniência. Como agente de integração nacional, cumprem o seu papel social ao garantir à população o acesso à cidadania, por meio da disponibilização de diversos serviços de governo, em um único lugar.

Desde 2017, a Empresa vem implementando ações voltadas à garantia da conformidade organizacional, com vistas ao permanente atendimento às leis e aos normativos aplicáveis aos Correios, para o fortalecimento da governança, a mitigação de riscos e a perenidade da Empresa. Esse compromisso está traçado na sua Política Corporativa de Compliance.

No seu ambiente competitivo, os Correios têm a premissa de tomar decisões empresariais com plena observância à Lei de Defesa da Concorrência (Lei nº 12.529/2011). Trata-se do compliance concorrencial.

Para os Correios, compliance concorrencial se reflete numa cultura de negócios positiva, de concorrência livre e justa, que ultrapassa a ideia de apenas cumprir a lei para evitar sanções: representa a necessidade de fazer o que é certo. Seu propósito perpassa também a sua disposição de trazer confiança em seus parceiros comerciais, clientes e consumidores, que valorizam organizações que operam de forma ética e íntegra.

O compliance concorrencial atua na prevenção e na dissuasão da ocorrência de violações à ordem econômica, oferecendo mecanismos capazes de detectar e lidar com eventuais práticas anticoncorrenciais que não tenham sido evitadas inicialmente, e, sobretudo, auxiliando na constituição de um ambiente de negócios concorrencialmente saudável.

Diante da relevância do tema, os Correios passaram a incorporar em sua gestão o Programa de Compliance Concorrencial, cujo objetivo é promover iniciativas que garantam a conformidade legal e a adoção de medidas que sejam eficientes no combate a condutas anticompetitivas, por parte de todos os agentes econômicos, nas relações comerciais da Empresa, zelando pela realização do interesse coletivo, com a garantia do monopólio e da universalização dos serviços postais, com qualidade e a favor da boa reputação perante a sociedade.

O Programa de Compliance Concorrencial deve ser cumprido por todos os empregados e parceiros da Empresa.

PREÂMBULO

Nos Correios, o compliance concorrencial faz parte do seu Sistema de Gestão de Compliance - SGC e integra o Programa de Compliance, no qual estão dispostos instrumentos para prevenção, detecção e resposta às práticas de atos lesivos e às situações de desconformidades, em combate a irregularidades, corrupção e fraudes.

Dada a sua importância e especificidade, desenvolveu-se este Programa de Compliance Concorrencial – de forma complementar ao Programa de Compliance – no qual estão dispostos os instrumentos específicos para mitigação dos riscos anticoncorreciais. Nesse contexto, este Programa submete-se aos eixos e às dimensões temáticas do Programa de Compliance dos Correios.

Com efeito, o Programa de Compliance Concorrencial enfatiza as ferramentas, as práticas e os instrumentos que, aplicados aos processos da Empresa, têm por objetivo prevenir ou minimizar os riscos de violação às disposições da Lei de Defesa da Concorrência - LDC (Lei nº 12.529/2011), bem como detectar e corrigir eventuais práticas anticompetitivas inapropriadas, ou infrações à ordem econômica, que não tenham sido evitadas inicialmente por seus empregados ou terceiros.

O Programa é pautado na atuação em conformidade com as regras concorreciais e na cultura de negócios positiva de livre concorrência, para proteger a imagem da Empresa perante o mercado, garantir sua credibilidade e proporcionar sua entrada em novos negócios.

Em sede de condutas anticompetitivas, busca-se o fortalecimento institucional por meio de um ambiente de negócios probo, íntegro e capaz de ser o diferencial competitivo da Empresa no mercado.

1 DIMENSÕES DO PROGRAMA

As dimensões destacadas neste Programa de Compliance Concorrencial, para robustecimento das práticas anticompetitivas, são:

- a. comprometimento dos Administradores da Empresa;
- b. análise de riscos concorrenciais;
- c. procedimentos;
- d. transparência;
- e. comunicação e treinamento;
- f. monitoramento e melhoria contínua.

1.1 Comprometimento dos Administradores da Empresa

Para os Correios, o comprometimento legítimo dos seus administradores é elemento essencial para se ter a salvaguarda de que o compliance concorrencial seja efetivo na Organização. Os administradores da Empresa possuem papel fundamental no desenvolvimento da cultura ética, de integridade e de conformidade antitruste.

Ao incluir o tema como uma de suas prioridades estratégicas, os administradores da Empresa garantem a verdadeira existência de um programa que pode ser observado nas ações que vêm sendo tomadas pelos Correios, no sentido de conferir efetividade à sua operação, manutenção e evolução.

Como demonstração da importância conferida ao compliance concorrencial pelos Correios, os Administradores da Empresa patrocinam, além da aprovação e da publicação deste Programa, as seguintes ações:

a) aprovação e monitoramento da Política Corporativa de Compliance: princípios e diretrizes de compliance que propiciam o direcionamento para atendimento às leis, aos normativos, às políticas e aos demais regulamentos aplicáveis, para mitigação de riscos, de modo a fortalecer a governança e assegurar a sustentabilidade e a perenidade dos Correios. A Política Corporativa de Compliance está disponível no site oficial dos Correios;

b) monitoramento do Termo de Compromisso de Cessação de Prática (TCC Cade): a área de compliance realiza reporte trimestral do cumprimento das obrigações estabelecidas no TCC Cade ao Conselho de Administração da Empresa, inserido no Plano Anual de Compliance e Gestão de Riscos - PACRI;

c) aprovação e monitoramento da execução do Plano de Negócios Corporativo: documento aprovado pelo Conselho de Administração que retrata o ambiente no qual a Empresa está inserida,

as tendências de mercado, as características dos segmentos de negócio, seu posicionamento estratégico e expectativa de receita. Esse Plano apresenta e detalha o portfólio dos Correios e o seu alinhamento a estratégia da Empresa;

d) aprovação da Política Comercial dos Correios: documento aprovado pelo Conselho de Administração, que estabelece princípios e diretrizes para a sistematização do relacionamento dos Correios com seus clientes e o atendimento de suas necessidades, além de definir parâmetros para as tomadas de decisões referentes a esses clientes;

e) aprovação e monitoramento do PACRI: documento aprovado pela Diretoria Executiva, que contempla o planejamento das principais ações de conformidade, promoção da integridade e da gestão de riscos nos Correios. O Conselho de Administração acompanha trimestralmente a sua evolução, conforme reporte da área de compliance e de gestão de riscos da Empresa. Nesse Plano, constam ações que envolvem o tema de compliance concorrencial; e

f) aprovação do Programa de Compliance Concorrencial dos Correios: documento aprovado pelo Conselho de Administração.

g) Nos Correios, a demonstração de comprometimento com o compliance concorrencial é evidenciada também nos demais níveis estratégicos e gerenciais:

h) revisão do Programa de Compliance Concorrencial: constituição de grupo de trabalho, designado pelo Presidente, formado por representantes de diversas áreas da Empresa para revisitação dos riscos concorrenciais nos seus processos prioritários, com a finalidade de definir o plano de ações de melhoria nos processos de maiores riscos anticompetitivos; e

i) monitoramento dos riscos concorrenciais: os gestores e os dirigentes monitoram e atuam com ações de tratamento para mitigação dos riscos concorrenciais identificados em seus processos, conforme Método Corporativo de Gerenciamento de Riscos e Modelo de Governança de Riscos.

1.2 Análise de Riscos Concorrenciais

O gerenciamento de riscos é realizado em nível corporativo, por meio da aplicação do Método Corporativo de Gerenciamento de Riscos dos Correios, e está alicerçado na Política de Gestão de Riscos, aprovada pelo Conselho de Administração. Baseado na norma ABNT NBR ISO 31000:2018, o método consiste no estabelecimento do contexto a ser mapeado de identificação, análise, avaliação, tratamento, monitoramento e comunicação de riscos.

Os Correios adotam o modelo das três linhas do Institute of Internal Auditors - IIA para a gestão dos riscos, visto que esse modelo facilita a compreensão da gestão e do controle dos riscos, elucidando as funções e os deveres de cada área e colaboradores. Sua premissa principal é que a

definição dos papéis de três grupos separados, mas integrados dentro da organização, promove a gestão dos riscos e seus controles de forma contínua.

A análise de risco realizada nos processos da Cadeia de Valor dos Correios visa identificar atividades e comportamentos que possam gerar infrações à legislação antitruste, como: práticas de cartel em licitações, fixação de preços de revenda, discriminação de preços, restrição de base territorial e de clientes, venda casada, preço predatório, acordo de exclusividade, recusa de negociação, abuso do direito de petição, troca de informações competitivamente sensíveis, gun jumping, dentre outras.

As ações de tratamento, desenvolvidas para mitigar os riscos concorrenciais existentes e atender ao marco regulatório sobre o tema e demais regramentos e normas aplicáveis, compõem a dimensão Procedimentos deste Programa.

1.3 Procedimentos

Os Correios lidam com questões concorrenciais no trato diário com seus clientes, concorrentes, parceiros e fornecedores.

Nesse contexto, a Empresa está empenhada em atingir alto grau de maturidade em compliance concorrencial, fundamentado em práticas de prevenção, detecção e resposta. A prevenção é o seu pilar fundamental, cujos principais mecanismos estão relatados adiante.

1.3.1 Livre Concorrência

A livre concorrência é o requisito primordial para uma competição justa entre concorrentes em um mercado, para que possam desenvolver seus processos produtivos com eficiência, garantindo aos consumidores acesso a bens e serviços com qualidade e menor preço possível.

A LDC tutela a prevenção e a repressão às infrações à ordem econômica, orientada pelos ditames constitucionais da liberdade de iniciativa, da livre concorrência, da função social da propriedade, da defesa dos consumidores e da repressão ao abuso do poder econômico, que busca eliminar a concorrência, dominar mercados e aumentar arbitrariamente os lucros.

As práticas existentes nos Correios são:

a) assessoramento técnico jurídico promovido pela área jurídica da Empresa, de natureza consultiva, aos órgãos dos Correios na matéria empresarial e estratégica, bem como análise de riscos jurídicos decorrentes dessas consultas;

b) assessoramento técnico em compliance promovido pela área de governança para implementação, suporte e disseminação do compliance concorrencial nos Correios, com a adoção de mecanismos para monitoramento e melhoria contínua do Programa; e

c) processos definidos e implantados para preservar a livre concorrência, especialmente na gestão de produtos e serviços dos Correios, nas licitações públicas e no relacionamento imparcial com clientes, fornecedores e parceiros.

1.3.2 Defesa da Exclusividade Postal

Os serviços postais, explorados pela União, são exercidos em regime de privilégio pelos Correios, que têm a obrigação legal de zelar pela exclusividade e universalização na sua prestação, de forma a garantir o interesse coletivo, mediante a oferta permanente de serviços postais básicos de qualidade, em todos os pontos do território nacional, a preços acessíveis.

As práticas existentes são:

a) controle das informações dos processos jurídicos para defesa do privilégio postal em andamento e transitadas em julgado, por meio de banco de dados atualizado;

b) instância revisora do processo de defesa do privilégio postal, desempenhada pelo Departamento Jurídico Contencioso, que tem como principais atribuições:

I - receber e analisar o dossiê encaminhado por outra área da Empresa, com os subsídios para elaboração de petição inicial de possível violação à exclusividade postal;

II - verificar se há demanda judicial em curso com o mesmo objeto e partes (banco de dados) e, por conseguinte, evitar litispendência e/ou coisa julgada;

III - elaborar petição inicial observando o TCC Cade, restando comprovado que se trata de violação à exclusividade.

c) normatização do protocolo para propositura de ações judiciais para defesa da exclusividade postal no manual jurídico, em capítulo específico que versa sobre a gestão da demanda acerca do privilégio postal; e

d) normatização de procedimentos sobre as medidas que devem ser adotadas em casos de suspeitas de violações de serviços prestados pelos Correios com exclusividade por terceiros. Esses normativos tutelam a devida cautela nas providências quando da abordagem comercial para sondagem de terceiros, no levantamento de informações e indícios, e do envio do processo devidamente instruído à área jurídica para adoção das devidas providências. Além da área jurídica, a área de segurança postal dos Correios atua nesse processo com investigação e obtenção de provas da ocorrência para a apuração de violação ao monopólio postal, conforme definido em capítulo específico do manual de segurança da Empresa.

1.3.3 Relacionamento com Concorrentes

1.3.3.1 Ética e Integridade

A Empresa observa, no relacionamento com os seus concorrentes, o Código de Conduta Ética e Integridade, publicado na intranet e na internet. Como prática, observa-se a inclusão de tópico nesse código sobre o estabelecimento dos compromissos dos Correios nas relações com os concorrentes, dispostos nos artigos 10 e 11 desse código.

1.3.3.2 Política e Procedimentos de Precificação de Produtos e Serviços

Os Correios observam, em sua plenitude, a Lei nº 6.538/1978, a qual dispõe sobre os serviços em regime de monopólio, para garantia da universalização do acesso aos serviços postais a todos os cidadãos, assim como presta outros serviços concorrenciais, a exemplo dos serviços de encomendas.

Referente às questões relacionadas aos concorrentes, apresentam-se as principais práticas existentes:

a) estabelecimento de Política Comercial, publicada no site oficial dos Correios, que define o Princípio da Livre Concorrência, com destaque para as seguintes premissas notadamente as estratégias de precificação de produtos e serviços:

I - adotar critérios isonômicos e transparentes na concessão de descontos, que constarão no site oficial dos Correios na internet e/ou serão enviados aos clientes quando da contratação, ressalvadas as informações sigilosas e decorrentes de estratégia empresarial;

II - adotar política de preço, que tenha como premissa a garantia de preços iguais para transações equivalentes, a partir de critérios transparentes e isonômicos preestabelecidos, tais como: canal, volume, frequência da contratação, faturamento, trecho da entrega, prazo do contrato, prazo de entrega, tipo de encomenda, risco da operação e existência de fatores redutores dos custos envolvidos no serviço de entrega;

III - fixar critérios uniformes e horizontais de acesso à contratualização da relação comercial, possibilitando às empresas que atinjam determinados critérios, acesso a preços inferiores àqueles cobrados no “balcão”;

IV - abster-se de praticar redutor sobre os preços das tabelas de referência que não esteja fundamentado em razões econômicas relativas aos custos do serviço e/ou à sustentabilidade global da Política Comercial da Empresa – tais como razões relacionadas às metas de universalização assumidas pela Empresa –, eliminando quaisquer critérios com finalidade deliberada de impedir o acesso de concorrentes a descontos; e

V - obrigar-se a divulgar de forma clara e transparente todas as alterações promovidas na política comercial, ressalvadas as informações sigilosas e decorrentes de estratégia empresarial.

b) alçadas de análise e aprovação de criação e revisão de produtos e serviços e tabela de preços definidos no manual de negócios; e

c) avaliação das propostas de revisão da Política Comercial por meio da oferta de Pacotes de Serviços, no que tange a preços dos produtos e serviços concorrenciais e descontos (redutores) pela área de negócios, de compliance e pelo Supervisor de Monitoramento do TCC Cade.

1.3.3.3 Gestão de Produtos e Serviços

A gestão dos produtos e dos serviços nos Correios envolve a sua avaliação integral, abrangendo a ideação, o desenvolvimento, a introdução, a análise do ciclo de vida, a revitalização e a descontinuidade.

A área de negócios dos Correios realiza análise criteriosa quando da definição de estratégias para produtos e serviços, seguindo as orientações da Política Comercial dos Correios, de tal sorte que não se desconsiderem os aspectos concorrenciais ou que haja uma interpretação desfavorável da legislação antitruste apenas aos interesses dos Correios e, por conseguinte, venha a impor possíveis barreiras de entrada de novos concorrentes ou fornecedores.

Nesse prisma, as práticas existentes são:

a) equipe interdisciplinar para atuação no desenvolvimento e no lançamento do produto, como garantia da visão integrada, abrangendo clientes, canal, produtos, processos, operação, com participação do órgão especialista na legislação antitruste na área de negócios. Essa equipe possui capacitação em temas como conduta ética, integridade, compliance e compliance concorrencial;

b) incentivo à utilização de novas tecnologias, conforme pesquisa de mercado e benchmarking realizados;

c) procedimento para mitigar risco de cerceamento concorrencial quando do desenvolvimento de produtos, por meio de utilização de checklist;

d) alçadas de validação e aprovação da estratégia de produtos e serviços, abrangendo a Diretoria de Negócios, a Diretoria Executiva e o Conselho de Administração dos Correios;

e) parecer jurídico prévio às aprovações da estratégia de produtos e serviços; e

f) no caso da necessidade de contratações diversas associadas ao lançamento de um produto ou serviço, o seu provimento deverá ser, preferencialmente, realizado por meio de licitação, na modalidade pregão eletrônico.

1.3.4 Licitações Públicas

As contratações dos Correios são destinadas à prestação de serviços, inclusive de engenharia e de publicidade, à aquisição, à locação e à alienação de bens e ativos integrantes do seu patrimônio ou à execução de obras a serem integradas a esse patrimônio, bem como à implementação de ônus real sobre tais bens, precedidas de licitação, ressalvadas as hipóteses previstas no Regulamento de Licitações e Contratações dos Correios. Procedimentos são adotados em pleno cumprimento da Lei das Estatais (Lei nº 13.303/2016) e do Decreto nº 8.945/2016.

Como práticas, pode-se destacar:

a) observância de diretrizes que inibem malfeitos competitivos dos participantes no processo licitatório e, por conseguinte, prejuízos a Empresa:

I - padronização do objeto da contratação, dos editais e das minutas de contratos, de acordo com as orientações estabelecidas em normas internas específicas;

II - parcelamento do objeto, visando conferir vantagem técnica e econômica, ampliar a participação de licitantes, sem perda de economia de escala, e desde que não atinja os limites estabelecidos para a dispensa de licitação em razão do valor; e

III - adoção preferencial da modalidade de licitação pregão para a aquisição de bens e serviços comuns.

b) vedação, no Regulamento de Licitação e Contratações, de situações que frustrem a competição;

c) publicação da licitação no Diário Oficial da União - DOU e no site oficial dos Correios, de forma a dar conhecimento a todos os interessados, observados os prazos mínimos estabelecidos em lei para apresentação de propostas ou lances;

d) cláusula específica em seus editais padrões que assegura, aos envolvidos no processo licitatório, que os Correios não coadunam com situações que possam infringir a legislação antitruste;

e) condição limitadora de participação no processo licitatório de empresa que detenha mais de 3 (três) atas de registros de preços vigentes nas contratações de serviços continuados de apoio em unidade operacionais, de modo a evitar recorrentes rescisões contratuais e descontinuidade dos serviços prestados. No aspecto concorrencial, procurou-se restringir possíveis combinações de mercado entre fornecedores e redução das quantidades de empresas participantes na licitação;

f) identificação de possíveis situações de irregularidades na participação de empresas no processo licitatório que prejudiquem a livre concorrência, por meio de:

I - checklist padronizado;

II - consulta ao Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - Sicaf, ao Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas - Ceis e ao Conselho Nacional de Justiça - CNJ para verificação de dados cadastrais, restrições e condenações dos fornecedores; e

III - realização de diligências.

g) extensa prospecção de mercado para escolha da solução e da especificação do objeto de licitação, para:

I - evitar a restrição da competitividade, por meio de exigências inoportunas ou do direcionamento do objeto a um único fabricante, permitindo assim a participação do maior número possível de fornecedores;

II - justificar a conveniência técnica e econômica de que a opção proposta é a mais vantajosa e não restringe o caráter competitivo, caso a solicitação seja composta por diversos itens agrupados em lotes e o critério de contratação seja o menor valor global por lote; e

h) capacitação específica aos agentes que elaboram especificações técnicas - “Planejamento das Contratações - Módulo Requisitante”.

1.3.5 Relacionamento com Fornecedores

Visando à transparência nas relações com o fornecedor e ao cumprimento dos objetivos organizacionais, os Correios estabeleceram normas e procedimentos para aprimorar esse relacionamento, consolidados na Cartilha do Fornecedor, publicada no site oficial dos Correios na internet, com as seguintes práticas:

a) estabelecimento de regras aplicadas nas contratações que visam à competitividade dos concorrentes;

b) definição de parâmetros éticos que registram o compromisso dos Correios em agir de acordo com princípios fundados na legislação e na ética, em todas as relações. Observa-se a obrigatoriedade dos fornecedores, quando a serviço dos Correios, seguirem as regras estabelecidas no Código de Conduta Ética e Integridade da Empresa;

c) registro de condutas profissionais e pessoais que tratam dos cuidados com as informações repassadas aos seus fornecedores; e

d) determinação da necessidade do fornecedor em manter sigilo das informações internas dos Correios a que tenha acesso em decorrência da relação contratual, divulgando-as somente mediante expressa autorização, bem como não se utilizar da relação contratual para obtenção de vantagem indevida ou fornecer informações para concorrentes sobre clientes, serviços, processos e tecnologia dos Correios.

1.3.6 Relacionamento com Clientes

Em todas as relações comerciais e contratuais com seus clientes, os Correios respeitam a legislação concorrencial, com a aplicação das seguintes práticas, em seus processos comerciais, que evitam condutas que possam ser interpretadas como abuso unilateral de posição dominante:

- a) disponibilização de treinamento técnico para a equipe comercial que atua na negociação com clientes, nas temáticas de compliance, integridade e ética;
- b) utilização de contratos comerciais padronizados, previamente chancelados pela área jurídica, amparados pela Política Comercial dos Correios. A força de vendas não possui autonomia para realizar negociações e firmar contratos fora dos documentos padronizados, o que dificulta possíveis ocorrências isoladas de condutas anticompetitivas;
- c) procedimentos de atuação da área comercial padronizados em manuais operacionais internos;
- d) soluções contratuais customizadas baseadas em Relatório de Customização de Negócios, contendo informações técnicas e de viabilidade de prestação do serviço; e
- e) atuação da equipe comercial está pautada nos normativos internos, na Política Comercial, em visitas de supervisão, nas orientações constantes em canais de comunicação específicos e diretos com equipes locais sobre procedimentos operacionais e comerciais.

1.3.7 Parcerias

As parcerias possuem grande relevância para os processos e os negócios dos Correios, proporcionando soluções inovadoras. A fim de garantir a sustentabilidade e competitividade das parcerias, elas são consideradas estratégicas.

Parcerias estratégicas são adotadas quando da execução de oportunidades de negócio ou de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação - PD&I, quando o foco nos ganhos oriundos da sinergia das competências das parcerias for a alternativa mais eficaz para a sustentabilidade econômico financeira dos Correios, por proporcionar, entre outros benefícios, o posicionamento ou o acesso a novos mercados, a obtenção de ganhos de eficiência operacional, o aumento de receita e/ou a redução de custos e despesas.

As principais práticas adotadas são:

- a) obrigatoriedade de que toda iniciativa de estudo ou desenvolvimento de parceria esteja vinculada à estratégia da Empresa;

b) análise e verificação de exequibilidade da oportunidade de negócio por meio de parceria realizada pela atuação de equipe multidisciplinar com participação das áreas demandantes, clientes e gestoras;

c) órgãos com conhecimento técnico necessário para estudo, análise, formatação e celebração de parcerias. Os membros desse corpo técnico têm, quando do início de suas atividades, a obrigatoriedade de assinar termo de confidencialidade;

d) consulta jurídica dos aspectos que tratam da LDC previamente à concretização de parceria estratégica;

e) utilização de critério de melhor retorno econômico para fins de seleção de empresa alvo para aquisição/participação, com análise de fatores responsabilidades e condições comerciais, contratuais, fiscais, trabalhistas, ambientais, ganhos futuros, entre outros;

f) deliberação da Diretoria Executiva dos Correios a respeito do plano de negócio com proposta de critérios para seleção da empresa-alvo e autorização do prosseguimento da oportunidade de negócio por meio de parceria estratégica;

g) adoção de protocolo de intenções e acordo de confidencialidade, previamente chancelados pela área jurídica, nas tratativas prévias em relação à eventual parceria com empresa-alvo principal;

h) consulta prévia ao Cade antes da concretização do negócio, a depender da parceria a ser realizada.

1.3.8 Confidencialidade

Em relação ao tema confidencialidade de informações, as práticas são reportadas nos seguintes documentos:

a) Regime Disciplinar - Deveres e Proibições: aplicação de regras explícitas, aos seus empregados, quanto à guarda de absoluta reserva sobre documentos e informações que possam causar prejuízos de qualquer ordem à Empresa, aos clientes ou aos parceiros;

b) Código de Conduta Ética e Integridade: orientações constantes quanto à utilização adequada das informações disponíveis, além de priorizar e preservar os interesses dos Correios junto a clientes, órgãos governamentais, instituições financeiras, fornecedores, entidades e outras empresas com as quais os Correios mantenha relacionamento;

c) normativo interno sobre conflito de interesses (Manual de Governança Corporativa): definição de procedimentos comuns sobre como agir para resguardar informação privilegiada obtida em razão das atividades exercidas durante e após o exercício do cargo ou emprego público;

d) Termo de Sigilo e Confidencialidade: assinatura obrigatória aos empregados que tenham acesso informações privilegiadas;

e) normativo interno sobre classificação da informação (Manual de Tecnologia da Informação e Comunicação): definição de procedimentos para definir a classificação de informações, observando requisitos legais, de valor e de criticidade para a organização, os atributos de confidencialidade, integridade e disponibilidade, bem como os efeitos que a atribuição de determinada classificação trará às atividades dos Correios e aos seus usuários; e

f) Política Corporativa de Segurança da Informação e Proteção de Dados: definir os princípios, as diretrizes e as responsabilidades relativas ao uso e ao compartilhamento de informação corporativa em conformidade com a legislação vigente, as normas técnicas pertinentes, os valores corporativos e as melhores práticas de segurança da informação e comunicações, bem como de proteção de dados, com vistas a:

I - assegurar a disponibilidade, a integridade, a confidencialidade e a autenticidade das informações corporativas;

II - minimizar riscos inerentes ao ciclo de vida da informação;

III - garantir a eficácia dos processos da Cadeia de Valor;

IV - preservar a imagem dos Correios; e

V - controlar e proteger os dados pessoais, produzidos, adquiridos, custodiados e processados pelos Correios.

1.3.9 Troca de Informações Concorrencialmente Sensíveis

Trocas de informações concorrencialmente sensíveis são as comunicações, diretas ou intermediadas por terceiros, que implicam em obtenção ou entrega de informações de cunho empresarial estratégico da Empresa.

Os Correios procuram preservar as suas fontes de informações mercadologicamente sensíveis, como formação de preços e de condições de vendas, planos de aumento ou de redução de preços, margem de produtos ou serviços, volume de venda de produtos ou serviços, divisão de mercado, planos estratégicos, método de prestação dos serviços, desenvolvimento de negócios, planos de negócios e demais segredos comerciais.

Os Correios adotam práticas específicas que inibem a troca ou o vazamento de informações competitivamente sensíveis em seus processos, como:

a) gestão de clientes: a equipe da força de vendas possui acesso à ferramenta com informações de clientes sob sua gestão, com a orientação de que não é permitido o compartilhamento com terceiros;

b) desenvolvimento de negócios: assinatura de termo de confidencialidade obrigatório e acesso restrito às informações sobre a oportunidade de negócio pela equipe responsável pelo projeto;

c) disponibilização de informações operacionais da cadeia produtiva: avaliação e autorização prévia do gestor responsável pelos dados quando informações estratégicas operacionais são solicitadas por empregados ou terceiros;

d) tratamento de manifestações e indenizações de clientes: assinatura de termo de confidencialidade obrigatório para acesso ao sistema Fale Conosco e à base de dados de manifestações e de indenizações, adoção de nível de acesso aos sistemas de indenizações e ao de acompanhamento processual de recuperação de ativos, capacitação indispensável em compliance concorrencial à equipe de gestão deste processo; e

e) gestão imobiliária: normativo interno o qual determina explicitamente a necessidade de se manterem sob sigilo os valores estimados para aquisição de imóveis, pelo menos até a fase de autorização da contratação, bem como sua divulgação a todos os interessados por meio da sua publicação no DOU, de forma a minimizar riscos de especulação imobiliária ou benefício a determinado empreendedor, e, por conseguinte, a realização de contratações ou aquisições com valores superiores aos praticados no mercado.

Em caminho inverso, os Correios, quando necessário, utilizam informações de concorrentes obtidas junto de fontes abertas disponíveis. Assim, não é prática na Empresa recolher informações de concorrentes consideradas confidenciais ou segredos comerciais.

1.4 Transparência

Com o intuito de registrar seu compromisso com transparência, os Correios estabeleceram as seguintes práticas:

a) publicação no site oficial dos Correios na internet:

I - Política Comercial, Programa de Compliance Concorrencial e Plano de Compras dos Correios;

II - portfólio de produtos, com segmentos de negócios nos quais a Empresa atua, além de regras gerais dos produtos exclusivos e concorrenciais;

III - termos e condições comerciais e operacionais para a prestação dos serviços, em que são descritos critérios e parâmetros para que os clientes possam ter acesso aos descontos,

resguardadas, apenas, as informações sigilosas que podem prejudicar os interesses estratégicos da Empresa.

- b) disponibilização de ferramentas para consultas de preços e prazos.

1.5 Comunicação e Treinamento

A disseminação permanente da cultura de compliance concorrencial por meio de comunicações e treinamentos é essencial para efetividade deste Programa.

1.5.1 Comunicações

O tema compliance concorrencial tem presença constante nas comunicações da Empresa, como forma de conscientização e alertas para assegurar o cumprimento das normas de proteção à livre concorrência e aos negócios dos Correios.

Dessa maneira, a Empresa transmite a todos os colaboradores a mensagem de que eventual envolvimento em práticas que infrinjam a legislação concorrencial será também considerada uma violação ao seu Regime Disciplinar - Deveres e Proibições, o que resultará na aplicação das penalidades disciplinares nele previstas.

Nesse senso de prevenção, o tema adquire maior substrato com as seguintes práticas:

- a) orientações quanto aos protocolos adotados pelos Correios para propositura de ações em defesa do monopólio postal e para implementação na Empresa de uma política comercial de preços, descontos e contratação, em conformidade com a legislação aplicável da defesa da livre concorrência, notadamente para os empregados envolvidos em tais processos;
- b) reuniões e comunicações formais com as associações de fomento e instituições representativas, para auxiliar na disseminação das informações junto aos seus associados;
- c) disseminação de diretrizes da Política Comercial aos seus clientes por meio do site oficial dos Correios na internet, de cartas, de e-mail e de visitas de representantes comerciais; e
- d) disponibilização canais de relacionamento com os clientes, para esclarecimento de dúvidas e direcionamento das respectivas demandas.

1.5.2 Treinamentos

Os seguintes treinamentos são realizados como prática que disseminam a cultura de compliance concorrencial na Empresa:

- a) capacitação a todos os empregados em seu Código de Conduta Ética e Integridade, compliance, compliance concorrencial, combate à corrupção e ética. Sob essa perspectiva, destaca-se que quase a totalidade da equipe tática e gerencial da área de negócios dos Correios foi

capacitada em compliance concorrencial. E, no mesmo alinhamento, a trilha de conhecimento da equipe de vendas e de precificação da Empresa define a realização dos treinamentos em compliance, conduta íntegra e ética para todos;

b) capacitações específicas da área de negócios são disponibilizadas para padronizar procedimentos nas tratativas com clientes que, por conseguinte, inibem condutas competitivas inoportunas:

I - gestão da carteira de clientes: capacitação para empregados responsáveis pela gestão de clientes das superintendências estaduais, com o objetivo de ensinar a aplicação de técnicas de negociação, com base na Política Comercial dos Correios, por meio dos sistemas de apoio, das regras de precificação e das rotinas processuais;

II - Política Comercial: capacitação à equipe de vendas das superintendências estaduais para compreender conceitos, princípios, diretrizes e funcionamento da matriz de relacionamento de clientes com contrato e a aplicabilidade das métricas da política comercial dos Correios na precificação de encomendas;

III - precificação: capacitação de empregados lotados nas gerências de atendimento nas superintendências estaduais a entender a metodologia de precificação e as tabelas de preços dos serviços de encomendas adotadas pelos Correios.

c) realização de “Treinamentos no Local de Trabalho” - TLT, palestras, workshops, webinars, campanhas, comunicados, publicações, entre outras modalidades, as quais abordam temas relacionados ao monopólio, à atualização das tabelas de preços, aos descontos (aplicação de redutores de preços), à contratação, ao vazamento de informações e outros, de modo que a Empresa e todos os que atuam em seu nome se mantenham em conformidade com a legislação aplicável à defesa da livre concorrência e sem prejuízos ao mercado concorrencial;

d) cursos nos temas conduta íntegra e ética aos parceiros, franqueados e comunidade em geral;
e

e) cursos aos franqueados com orientações para celebração e alteração sobre contratos comerciais, precificação, tabelas de preços dos serviços de encomendas e Política Comercial dos Correios.

1.6 Monitoramento e Melhoria Contínua

1.6.1 Política de Monitoramento da Qualidade dos Serviços Dos Correios

Os Correios possuem indicador específico de monitoramento da qualidade dos serviços postais de encomendas, observadas as metas de desempenho, inclusive com monitoramento diário da qualidade dos serviços de entrega de encomendas no prazo.

Esse procedimento é realizado atualmente pela Empresa consolidando mensalmente os resultados dos indicadores que compõem o Índice de Entrega no Prazo dos Correios - IEP, no qual está inserido, dentre outros, o Índice de Entrega no Prazo de Encomendas - IEPE. Os resultados são acompanhados diariamente e a consolidação de cada mês é fechada até o quinto dia útil do mês seguinte à operação. A composição do IEPE, atualmente, contempla também o indicador de entrega no prazo de malotes, cujo prazo segue a mesma plataforma do SEDEX, mas que, para atendimento ao estabelecido no TCC Cade, são apresentados resultados exclusivamente para as encomendas (SEDEX, SEDEX 10, SEDEX 12 e SEDEX Hoje).

Mensalmente, também é enviado relatório de monitoramento ao Ministério das Comunicações - MCom, no que se refere aos indicadores da Portaria Mcom nº 2.729, de 28 de maio de 2021, dentre os quais consta os serviço de remessa econômica de mercadoria - PAC.

1.6.2 Monitoramento do Programa de Compliance Concorrencial

Em consonância com o TCC Cade, o Programa de Compliance Concorrencial dos Correios é acompanhado pelo Supervisor de Monitoramento indicado pelo antigo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, atualmente Ministério das Comunicações - Mcom, por meio do Ofício nº 44214/2019/CGEM/SUV/SEXEC/MCTIC.

Com efeito, a área de compliance dos Correios acompanha continuamente as práticas preventivas manifestas neste Programa. Ela monitora as ações contínuas via PACRI e reporta aos administradores da Empresa trimestralmente. A exemplo, nesse Programa, a área de negócios dos Correios tem a missão de reportar as ações desempenhadas anualmente referente a Programa de Compliance Concorrencial, comunicações, capacitações, avaliações dos seus normativos internos em termos concorrenciais.

Nada obstante, caso se identifiquem desvios às políticas, às normas e aos protocolos descritos neste Programa, seja por meio de denúncias ou como resultado de ações de monitoramento, os órgãos responsáveis pelo controle interno, pela auditoria e a unidade de correição atuarão com vistas à remediação das irregularidades e à aplicação das penalidades devidas aos envolvidos, conforme previsto nas normas internas e no seu Regime Disciplinar - Deveres e Proibições.

1.6.3 Melhoria Contínua do Compliance Concorrencial

O compliance concorrenciais vem, ao longo dos últimos 2 (dois) anos, ganhando maturidade no corpo funcional dos Correios. O reconhecimento da necessidade de constante vigilância dos riscos antitrustes aos quais a Empresa está sujeita está cada vez mais institucionalizado na Empresa.

Esse amadurecimento se reflete no gerenciamento dos riscos concorrenciais, quando ações de melhorias são implementadas pelos gestores dos processos concorrenciais mais críticos para

resolver lacunas de controle identificadas, introduzir novos controles quando necessário, que mitiguem possíveis condutas anticompetitivas nas operacionalizações da Empresa. Essa implementação é acompanhada pela área corporativa de riscos dos Correios e reportada periodicamente aos Administradores da Empresa.

Adicionalmente, ações estruturantes em relação ao compliance concorrencial nos Correios também são desenvolvidas anualmente no PACRI por diversas áreas da Empresa, no intuito de cada vez mais fomentar a cultura de compliance concorrencial, aperfeiçoar ferramentas de controles e fornecer maior confiança ao seu corpo técnico em relação ao arcabouço antitruste brasileiro.

Por último, é premente que o Programa de Compliance Concorrencial seja periodicamente revisitado e, cada vez mais estruturado, reflita o contexto específico no qual os Correios estejam inseridos, conforme seu grau de exposição a concorrentes, fornecedores, clientes e parceiros. Este Programa, congregado com o Código de Conduta Ética e Integridade, com o Regime Disciplinar - Deveres e Proibições e com a Política de Consequências, insere-se como ferramenta para sensibilizar e encorajar a cultura de compliance pautada pelo valor da ética, integridade e conformidade, bem como para desencorajar possíveis malfeitos anticompetitivos.

2 INSTÂNCIA RESPONSÁVEL PELO PROGRAMA

A gestão das atividades do Programa de Compliance Concorrencial é executada pela área de compliance, com atribuições e responsabilidades fixadas no Estatuto Social e na Política Corporativa de Compliance dos Correios.

Para realizar suas atividades, a área de compliance atua de forma integrada com os demais órgãos do Sistema de Gestão de Compliance, notadamente a Ouvidoria, Corregedoria, Controle Interno e Auditoria.

No monitoramento do Programa, a área de compliance conta com a parceria importante da equipe de riscos, da área jurídica e da área de educação corporativa da Empresa.

As áreas de negócio, de administração, financeira e operacional da Empresa, como gestores de processos com maiores riscos concorrenciais, estão engajadas no monitoramento e na melhoria constante das suas rotinas de trabalho para prevenir possíveis malfeitos concorrenciais.

3 TERMO DE COMPROMISSO DE CESSAÇÃO DE PRÁTICA

Em 30 de janeiro de 2019, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica - Cade e os Correios celebraram o Termo de Compromisso de Cessação de Prática - TCC Cade, em conformidade com o artigo n  85 da LDC, com o objetivo de preservar, proteger e disciplinar as condi es concorrenciais do mercado brasileiro de presta o de serviços postais, bem como suspender e, caso cumpridas integralmente as obriga es nele previstas, arquivar em rela o   compromiss ria, o Processo Administrativo do Cade n  08700.009588/2013-04. Esse termo vigorará pelo prazo de 5 (cinco) anos a contar da data de publica o da Ata da 136  Sessão Ordinária de Julgamento do Cade, de 05 de fevereiro de 2019.

O TCC Cade encontra-se publicado no site oficial dos Correios e tem como principais obriga es:

a) implementa o do Programa de Compliance Concorrencial, com procedimentos preventivos e de monitoramento para evitar práticas de condutas anticompetitivas, em especial aquelas concernentes   infra es de litigância abusiva com finalidade anticompetitiva (sham litigation) e   discrimina o econômica contra concorrentes;

b) cria o de protocolo que indique os procedimentos a serem adotados antes da propositura de a es judiciais, de modo a garantir que a atua o judicial da empresa esteja plenamente compatível com o Princípio da Livre Concorrência e em fiel observância aos termos da LDC e demais legisla es que tratam de matéria concorrenciais;

c) não propositura de novas a es judiciais nos temas definidos na cláusula 3.3 do TCC Cade até que o Supremo Tribunal Federal - STF julgue definitivamente sobre o Recurso Extraordinário n  667958;

d) ado o de política comercial plenamente compatível com o Princípio da Livre Concorrência, em fiel observância ao disposto na LDC; e

e) submissão do Programa e das medidas adotadas   fiscaliza o de um supervisor de monitoramento.

O monitoramento do cumprimento do TCC Cade   realizado a partir dos instrumentos destacados a seguir, sob a responsabilidade do Supervisor de Monitoramento definido pelo Ministério das Comunica es:

a) relatório semestral a respeito da atua o judicial dos Correios com a tabela de processos em que são autor, sobretudo considerando os 4 (quatro) temas de a o que foram objeto de investiga o do Cade no processo administrativo;

b) relatório trimestral sobre o andamento do Recurso Extraordinário nº 667958, que tramita do STF; e

c) relatório semestral com o resultado de metas de desempenho do indicador específico de monitoramento da qualidade dos serviços postais.

4 GLOSSÁRIO

4.1 Conceitos que compõem o glossário:

a) abuso do direito de petição (sham litigation): caracteriza-se pela propositura de diversos pedidos de intervenção ao poder público com a clara finalidade de onerar, retardar entrada ou prejudicar funcionamento de competidor;

b) abuso de posição dominante: situação na qual uma empresa ou um grupo empresarial, que tenha posição de dominância no mercado, tem capacidade de alterar condições de mercado, reduzindo contestação efetiva ou potencial. O parágrafo 2º do artigo 36 da Lei nº 12.529/2011 presume que posição dominante ocorre sempre que uma empresa ou um grupo de empresas controlar 20% ou mais do mercado relevante;

c) acordo de exclusividade: compradores de determinado bem ou serviço se comprometem a adquiri-lo com exclusividade de determinado vendedor (ou vice-versa), ficando, assim, proibidos de comercializar os bens dos rivais;

d) administradores da Empresa: são os membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva (Fonte: Regulamento de Pessoal dos Correios);

e) agente econômico: é qualquer pessoa física ou jurídica (empresa privada ou pública, com fins lucrativos ou não, indústria, comércio, profissional liberal etc.) que participe como sujeito da atividade econômica, atuando isolada ou coletivamente e organizada formalmente ou não;

f) antitruste: algo que combate os trustes ou opõe-se a eles. Truste significa coligação econômica ou financeira que controla um conjunto de empresas, visando à monopolização de certas mercadorias;

g) cartel: acordo explícito ou tácito entre concorrentes do mesmo mercado, envolvendo parte substancial do mercado relevante, em torno de itens como preços, quotas de produção, distribuição e divisão territorial, na tentativa de aumentar preços e lucros conjuntamente para níveis mais próximos dos de monopólio;

h) concorrente: pessoa física ou jurídica que oferece serviços ou produtos iguais ou semelhantes aos ofertados por outra pessoa física ou jurídica. A lei considera iguais ou semelhantes produtos ou serviços que possam ser considerados substituíveis entre si;

i) conduta anticoncorrencial (antitruste ou anticompetitiva): prática adotada por um agente econômico que possa, ainda que potencialmente, causar danos à livre concorrência, mesmo que o infrator não tenha tido intenção de prejudicar o mercado;

j) conduta comercial uniforme: práticas que tenham como objetivo uniformizar a atuação de concorrentes em um dado mercado. Como exemplo: adoção de tabelas de preços para uma determinada categoria;

k) Conselho Administrativo de Defesa Econômica - Cade: entidade judicante com jurisdição em todo o território nacional, com natureza jurídica de autarquia federal, vinculada ao Ministério da Justiça, com sede e foro no Distrito Federal, e competências previstas Lei nº 12.529/11;

l) discriminação de preços: o produtor utiliza seu poder de mercado para fixar preços diferentes para o mesmo produto/serviço, discriminando entre compradores, individualmente ou em grupos, de forma a se apropriar de parcela do excedente do consumidor e assim elevar seus lucros;

m) fixação de preço de revenda: o produtor estabelece, mediante contrato, o preço (mínimo, máximo ou rígido) a ser praticado pelos distribuidores/revendedores. Existe nessa conduta ameaça efetiva de sanções referentes ao descumprimento da norma de preços. Na maioria dos casos, é a fixação de preços mínimos (ou rígidos com a função de mínimos) que oferece riscos anticompetitivos efetivos;

n) informações sensíveis competitivamente: são aquelas que podem motivar alteração de comportamento estratégico de um competidor. São exemplos: níveis de reajustes de preços a serem praticados no futuro, lista de clientes, custos das empresas envolvidas, capacidade instalada e planos de expansão, estratégias de marketing, política de precificação de produtos (preços e descontos), principais clientes e descontos assegurados, salários de funcionários, principais fornecedores e termos de contratos com eles celebrados, informações não públicas sobre marcas, patentes e Pesquisa e Desenvolvimento - PD&I, planos de aquisições futuras e estratégias competitivas, entre outros;

o) infrações à ordem econômica: conduta que tem por objeto ou que possa acarretar os seguintes efeitos, mesmo potencialmente:

I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência;

II - aumentar arbitrariamente os lucros do agente econômico;

III - dominar mercado relevante de bens ou serviços; ou

IV - quando tal conduta significar que o agente econômico está exercendo seu poder de mercado de forma abusiva.

p) *gun jumping*: prática anticompetitiva que ocorre quando as partes integrantes de uma operação de concentração falham na observância do dever de notificar previamente a autoridade antitruste ou de aguardar o período de espera de análise do ato;

q) Plano Anual de Compliance e Gestão de Riscos - PACRI: documento que materializa o planejamento anual das principais ações a serem desenvolvidas por todas as áreas da Empresa para promoção da conformidade, da integridade e da gestão de riscos;

r) poder de mercado: capacidade das empresas cobrarem preços superiores aos que praticariam num mercado concorrencial, obtendo os consequentes lucros significativos (ou ganhos econômicos acima do normal). O poder de mercado é fruto de variadas razões e pode ser exercido tanto por um período de tempo longo quanto curto;

s) preço abusivo: conduta em que empresa aumenta seus preços excessivamente em decorrência decorrentes do seu poder de mercado ou excludente, praticado com o intuito de excluir concorrente do mercado;

t) preço predatório: prática deliberada de preços abaixo do custo variável médio, visando eliminar concorrentes para, em momento posterior, poder praticar preços e lucros mais próximos do nível monopolista;

u) recusa de negociação: o fornecedor ou o comprador, ou conjunto de fornecedores ou compradores, de determinado bem ou serviço estabelece unilateralmente as condições em que se dispõe a negociá-lo, em geral a um distribuidor/revendedor ou fornecedor, eventualmente constituindo uma rede própria de distribuição/revenda ou de fornecimento;

v) restrições territoriais e de base de clientes: o produtor estabelece limitações quanto à área de atuação dos distribuidores/revendedores, restringindo a concorrência e a entrada em diferentes regiões;

w) riscos concorrenciais: são aqueles em que uma organização pode ser responsabilizada pela falta de adoção, por parte de seus representantes, de comportamento conforme às regras concorrenciais;

x) Termo de Compromisso de Cessação de prática - TCC: modalidade de acordo celebrado entre o Cade e as empresas e/ou pessoas físicas investigadas por infrações à ordem econômica a partir da qual a autoridade antitruste anui em suspender o prosseguimento das investigações em relação ao(s) compromissário(s) de TCC enquanto estiverem sendo cumpridos os termos do compromisso, ao passo que o(s) compromissário(s) se compromete(m) às obrigações por ele expressamente previstas;

y) venda casada: conduta em que uma empresa condiciona a venda de um bem à venda de outro bem.