

política do grupo randstad

política de concorrência
leal.



política de concorrência leal.

Janeiro de 2019

Função: Departamento Jurídico da Global

Número do documento: 27062019_v1

1. Por que esta política?

As nossas relações com os nossos clientes, candidatos, colaboradores, acionistas e outras partes interessadas são baseadas nos valores fundamentais e nos Princípios de Negócio da Randstad e são essenciais para a nossa excelente reputação. Essa reputação é construída dia após dia e ano após ano por si e pelos nossos colaboradores. Mas nas nossas atividades diárias poderemos enfrentar desafios complexos com o cumprimento da lei de concorrência. Esta política pretende esclarecer como queremos conduzir um negócio quando nos depararmos com tais desafios.

Os nossos valores fundamentais de **conhecer** e **confiar** deve orientar-nos para concorrer com os outros. Podemos ser duros, mas devemos sempre competir de forma justa e legal e nunca devemos comprometer a confiança que os outros têm em nós. A maior parte dos países adotou leis para se certificarem de que a concorrência é incentivada, enquanto o comportamento anticompetitivo é punido. O motivo pelo qual se adotou tais regras deve-se ao fato de que, em mercados competitivos, os preços devem ser competitivos (e não obrigatoriamente elevados), a inovação deve ser recompensada, os recursos escassos devem ser usados de forma eficiente e o atendimento ao cliente deve ser otimizado. Se as leis da concorrência (em alguns países, conhecidas como "legislação *antitrust*") forem violadas, tanto os serviços de RH das empresas como os clientes serão prejudicados. As empresas serão prejudicadas se os concorrentes conluíarem para obter uma vantagem desleal e os clientes serão prejudicados se a colusão do fornecedor afetar a fixação de preços, os serviços ou a inovação do produto.

Um comportamento anticompetitivo compromete a reputação, a posição financeira e futuros negócios da Randstad. Também pode ter graves consequências pessoais para os infratores. As multas em caso de infrações da lei da concorrência são elevadas e um dos maiores riscos é o financeiro. Assim, é importante ler com atenção o que a Randstad espera de cada um.

Esta política é consistente com e apoia os Princípios de Negócio da Randstad, especialmente os Princípios 1 e 2:

1. Conhecemos e cumprimos com os princípios dos direitos humanos internacionais, com as políticas e procedimentos internos da Randstad e com as leis que regem o nosso negócio.
2. Conhecemos e cumprimos com as leis da concorrência e *antitrust*.

2. O que a Randstad espera de cada um?

É essencial que os nossos colaboradores (incluindo dirigentes e diretores), especialmente aqueles cujo trabalho possa estar sujeito às leis da concorrência (por exemplo, os nossos consultores e colaboradores na área das vendas, marketing, compras e gestão), compreendam bem a nossa política de concorrência e sejam capazes de identificar situações em que possam surgir questões relacionadas com a lei da concorrência. Sempre que hesitar ou sentir que algo não está correto, esperamos que fale sobre o assunto internamente antes de agir. Para os diretores, isto também significa ser responsável pelo apoio ao cumprimento por partes dos que reportam a si, explicando os nossos princípios à equipe e assegurando o cumprimento no seu contexto de responsabilidade.

2.1 No que consiste a lei da concorrência?

Um dos principais objetivos da lei da concorrência consiste em criar igualdade de condições para que as empresas possam competir eficaz e lealmente. Além disso, as empresas individuais devem continuar independentes no que se refere a decidir os próprios termos e condições comerciais. Assim, a lei da concorrência proíbe qualquer acordo entre empresas em que a intenção ou o impacto seja restringir a competição. Isto inclui acordos orais e por escrito com um ou mais concorrentes em relação a formas de trabalhar em conjunto ou a formas de reagir aos movimentos uns dos outros no mercado.

A maioria dos países onde operamos adotou leis que determinam como as empresas devem lidar com concorrentes, subcontratantes, clientes, fornecedores e outras partes. Estas regras podem variar de país para país. Algumas regras também se aplicam a condutas comerciais além das fronteiras (por exemplo, as regras na União Europeia e nos Estados Unidos).

Dois regras básicas que se aplicam sempre são:

- As empresas devem tomar as suas decisões de negócio independentemente dos concorrentes;
- Os acordos com os concorrentes que restrinjam concorrência são ilegais.

Q. O que é um acordo ilegal à luz da lei da concorrência?

R. Um acordo ilegal à luz da lei da concorrência é interpretado em sentido amplo. Pode ser um acordo por escrito entre empresas, mas também pode ser um acordo oral entre colaboradores de uma ou mais empresas, um entendimento mútuo (ou um "acordo de cavalheiros"). Também pode ser um entendimento que começa com uma conversa informal ou uma troca de informação, mas que, mais tarde, passa a ser um acordo. Isto inclui todos os acordos que têm a intenção de restringir a concorrência. Tal "acordo" não deve ser concretizado e nem realizado para ser anticompetitivo, caso contrário caracterizará, conseqüentemente, uma violação da lei da concorrência. Um exemplo de um acordo de cavalheiros anticompetitivo é um acordo informal entre concorrentes de não invadir terreno alheio nem contratar os colaboradores uns dos outros. Isto restringe a concorrência entre as partes no mercado para contratar colaboradores experientes.

Atenção, pois muitas violações da lei da concorrência acontecem porque as pessoas em um determinado mercado (no nosso caso, a segmento dos serviços de RH) reagem a uma mudança que afeta os seus lucros ou faturação (por exemplo, um novo concorrente, uma mudança de lei ou uma nova estratégia de um cliente) e tentam reter o que têm.

2.2 em que cenários é que eu e a Randstad nos devemos focar?

O ponto chave é evitar qualquer comportamento que possa restringir a concorrência. Assim, devemos sempre nos colocar no lugar do cliente ou concorrente afetados e nos questionar se é justo para todas as partes interessadas. Se fosse o cliente ou concorrente afetados, acharia justo

para todos?

Os cenários a serem observados são os seguintes:

a. acordos de partilha de mercado

Devemos nos afastar de acordos de partilha de mercado com (possíveis) concorrentes¹ que restrinjam a competição. Por exemplo, é proibido concordar com (possíveis) concorrentes:

- evitar certos mercados ou partes;
- evitar fornecer certos serviços;
- evitar certos mercados ou segmentos;
- fazer uma lista negra ou excluir clientes, fornecedores ou outros concorrentes;
- excluir clientes do concorrente, categorias de clientes ou canais de clientes;
- tentar partilhar o mercado de alguma forma; e
- manipular um processo de concurso de concorrência, por exemplo, ao concluir na fixação de preços, ao escolher um vencedor de um concurso particular (por vezes, chamado “big rigging”) e/ou ao coordenar um comportamento comercial.

P. Imagine que você é funcionário da Randstad. Um dos seus amigos e ex-colegas trabalha para um concorrente. Num evento social, o seu amigo menciona uma forte concorrência no mercado. Em tom de brincadeira, ambos sugerem que deviam dividir mercado e não trabalhar para os clientes uns dos outros. Este comportamento é adequado?

R. Não, não é. Os contatos entre concorrentes, quer sejam profissionais quer sejam sociais, levam à probabilidade de limitação da concorrência. Como resultado, estes contatos podem ser considerados suspeitos por parte das autoridades da concorrência. Você e o seu amigo sabiam que estavam brincando, contudo, qualquer pessoa que tenha ouvido a conversa pode acreditar que vocês realmente concordaram em dividir o mercado. Até conversas inocentes podem ser usadas como prova de um acordo ilegal. Lembre-se de que os acordos orais também podem ser ilegais! Fale sempre com os concorrentes de maneira que a conversa possa ser exposta abertamente.

b. fixação de preços

Todos os tipos de acordos de fixação de preços entre concorrentes são inaceitáveis. Significa acordar aplicar as mesmas ou semelhantes condições comerciais. Alguns exemplos de uma inaceitável fixação de preços incluem:

- aderir a uma específica lista de preços;
- limitar ou acordar descontos;

¹ Acordos entre empresas controladoras e subsidiárias ou somente entre afiliadas geralmente não são proibidos. No entanto, se dois afiliados se apresentarem como atores independentemente no mercado, mas na realidade tiverem uma política de negócios coordenada, verifique com o Jurídico da Randstad se isso é um problema (verifique a lei de concorrência, mas também leve em conta os requisitos de licitação (públicos)).

- acordar termos de pagamento uniformes;
- estabelecer custos, taxas, multiplicadores, coeficientes, aumentos de preços e/ou sobretaxas.

Para mestres de fornecedores, fornecedores e atividades de MSP, ver a seção “e”.

P. Imagine que você conhece um diretor que trabalha para um concorrente e acabam falando sobre a concorrência acirrada entre as duas empresas, incluindo a redução de preços que cada uma realizou. Chegam a conclusão que seria muito mais vantajoso se ambas empresas cobrassem preços semelhantes ao invés de desperdiçarem recursos, lutando uma contra a outra. Será que este acordo violaria a lei da concorrência?

R. Sim, esta é uma clássica violação da lei da concorrência. Um acordo entre concorrentes para fixar ou estabelecer preços sempre viola a lei da concorrência porque resulta numa diminuição de concorrência e preços mais elevados para os clientes. As empresas e os colaboradores individuais que acordam preços enfrentarão sanções civis e penais, incluindo penas de prisão para os indivíduos. As empresas devem ter discernimento comercial unilateral (independente) quando se trata de tomar decisões em relação a preços e outros termos de serviço, incluindo descontos, reduções e condições comerciais.

c. partilhar informação comercialmente sensível

Para evitar qualquer suspeita ou acusação de um comportamento anticompetitivo, não devemos falar sobre informação comercialmente sensível com os outros da indústria. Quando nos encontrarmos com concorrentes, em conferências de RH, reuniões da associação industrial, apresentações de novos serviços ou coisas do gênero, a troca de informação comercial sensível deve ser evitada.

Alguns exemplos de informações que não devem ser abordadas quando falarmos com um (possível) concorrente são:

- preços, custos reais, estruturas de custos;
- *timing* de alteração de preços;
- termos e condições oferecidos aos clientes (para atividades de MSP, ler secção e que se segue);
- desenvolvimentos técnicos/estratégicos (por exemplo, projetos de Digital Factory), planos de marketing, segmentos de clientes, tendências e futuros investimentos; e
- como as mudanças de lei afetam os preços (por exemplo, estratégias de mudanças de subsídios).

d. reuniões da associação industrial

Mesmo quando nos encontramos com os concorrentes num cenário mais formal, (por exemplo, numa reunião da associação industrial), a informação comercialmente sensível não deve ser debatida; só devemos abordar questões de negócio não sensíveis.

Ao falar com concorrentes, devemos sempre utilizar um linguajar claro e preciso, de forma a evitar mal entendidos ou más interpretações no sentido de ter um significado anticompetitivo. Devemos pensar na forma como seria interpretada se fosse publicada em redes sociais, no jornal ou no tribunal.

P. Durante o intervalo de uma reunião de associação industrial, você se depara com alguns concorrentes. Vocês acabam conversando e o tema da conversa alcança algumas licitações que vocês irão participar para ganhar contratos de certos compradores públicos. Alguém diz: "Devíamos todos oferecer X \$." Algumas pessoas concordam. Você não diz nada, uma vez que sabe que não se deve falar sobre estas questões com os seus concorrentes. Pouco depois, o grupo separa-se e volta para a reunião. Este comportamento é adequado?

A. Não, não é. Acordos entre concorrentes para manipular licitações são quase sempre ilegais pelos mesmos motivos que a fixação de preços também é ilegal. Fez bem em não participar na conversa sobre os concursos, mas apenas ir embora não é suficiente. É necessário que você o faça de maneira "estrondosa", mostrando a não concordância com a situação, pois o silêncio pode ser considerado uma aceitação. Em suma, devemos sempre falar e contestar a conversa e depois, retirarmo-nos imediatamente. Não podemos nos esquecer também de comunicar o Departamento Jurídico da Randstad a respeito da situação.

Ver **anexo 2** para mais informações sobre atividades da associação industrial.

e. **concursos conjuntos / projetos conjuntos / mestre do fornecedor / subcontratar**

Se um dos seus clientes lhe pedir para colaborar com um (possível) concorrente num projeto conjunto ou num acordo de colaboração (como parceiro, mestre do fornecedor, subcontratante, fornecedor ou prestador de serviços geridos), consulte, primeiro, o Departamento Jurídico da Randstad e apoie-se na sua orientação em relação ao uso e à partilha de informação competitiva em tais situações, assim como em relação a limitações do pedido de colaboradores. Tente envolver o cliente o máximo possível para aumentar a transparência e garantir que está agindo de acordo com os interesses do cliente.

Randstad Sourceright – serviços de MSP (fornecedor de gestão de serviços - "managed services provider") e RPO (processo de seleção e recrutamento)

A Randstad *Sourceright* (RSR) oferece serviços de *outsourcing* como parte dos processos dos seus clientes. Estes serviços podem incluir a gestão (em nome do cliente) dos prestadores do cliente, os seus fornecedores de trabalho temporário e/ou fornecedores externos (por exemplo, consultores *freelance*, trabalhadores independentes). Estes fornecedores podem incluir entidades do Grupo Randstad, a própria RSR e concorrentes do Grupo Randstad. Como resultado, especificamente no papel de MSP (exceto no papel de RPO), a RSR contém informação comercialmente sensível sobre outros fornecedores (concorrentes da Randstad) e sobre os fornecedores do Grupo Randstad. Como a troca de tal informação comercialmente sensível pode resultar na violação da lei da concorrência, a RSR criou uma "barreira de informação". Significa que:

- a informação comercialmente sensível possuída pela RSR sobre os concorrentes da Randstad não deve ser partilhada com outras empresas do grupo Randstad ou com qualquer parte da própria RSR;
- a informação comercialmente sensível possuída pela RSR sobre as empresas do Grupo Randstad não deve ser partilhada com uma empresa concorrente de trabalho temporário;
- a informação comercialmente sensível possuída pelas empresas do Grupo Randstad sobre concorrentes da RSR não deve ser partilhada com a RSR.

P. A RSR representa o Prestador de Serviços Geridos de um cliente. As empresas de recrutamento da Randstad encontram-se entre os muitos fornecedores. Uma gestora de conta da Randstad aborda o seu colega da RSR para lhe pedir para a colocar a par dos preços dos outros fornecedores para melhorar o preço das empresas de recrutamento da Randstad. A RSR pode dar esta informação?

R. Não. Apesar de envolver partilha de informação dentro do Grupo Randstad, a barreira de informação proíbe tal ato. Para evitar quaisquer questões de competição, acordamos não partilhar informação comercialmente sensível possuída pela RSR sobre os concorrentes da Randstad com outras empresas do Grupo Randstad. A partilha desta informação seria uma violação das obrigações da barreira de informação com as quais a RSR se comprometeu e seria

f. informação comercialmente sensível de concorrentes recebida por terceiros

É perfeitamente aceitável reunir informação sobre as atividades dos com concorrentes da Randstad de fontes publicamente disponíveis, tais como Internet, publicações, jornais, relatórios anuais, etc. Em princípio, também pode questionar terceiros, tais como clientes e consultores sobre concorrentes; contudo, não os pode induzir a revelar informação que deve ser confidencial. Sempre que receber preços de concorrentes de um cliente, registre sempre como/onde/quando a recebeu, para que a origem de tal informação possa ser verificada, se necessário no futuro.

Não recolha, aceite ou use qualquer informação comercialmente sensível ou confidencial de, ou relacionada com, concorrentes os quais sabe (ou tem um bom motivo para acreditar) que o uso dessa informação pode constituir uma violação de um dever de confidencialidade ou da lei.

Se tiver dúvidas se pode ou não usar determinada informação de, ou relacionada com, concorrentes, peça ao Departamento Jurídico da Randstad para analisar a informação e para o aconselhar em relação ao seu uso antes de usar tal informação ou de a partilhar com outros dentro da empresa.

Q. Durante uma visita, um cliente lhe concede uma cópia da lista de preços de um concorrente para justificar a sua opinião de que os preços da Randstad são muito altos. Fiz bem em aceitar essa lista de preços?

R. Se um cliente lhe dá informação sobre os preços de um concorrente (provavelmente para o fazer baixar os seus preços), certifique-se de que registrou, de alguma forma, como obteve essa informação (por exemplo, nome do cliente, contato da pessoa, objetivo da reunião e data no topo da lista de preços). Se tiver dúvidas se recebeu ou usou informação legitimamente, consulte o Departamento Jurídico da Randstad.

g. acordos de exclusividade com fornecedores ou subcontratantes

Os acordos de exclusividade podem ser anticompetitivos, especialmente se envolverem um elemento influente no mercado e se restringirem os concorrentes de acessar a esse mercado. Se, em nome da Randstad, aceitar uma forma de exclusividade com um fornecedor ou um subcontratante, consulte sempre o Departamento Jurídico da Randstad.

h. abuso de uma posição dominante no Mercado ²

Tendo em conta a quota de mercado atual da Randstad e a natureza fragmentada do mercado dos serviços de RH, é pouco provável que a Randstad seja considerada uma **empresa dominante** na maioria dos países (posição no mercado de 30% ou mais). Contudo, se a Randstad puder vir a ser considerada um operador principal num determinado segmento de mercado, deve-se consultar o Departamento Jurídico da Randstad.

3. quando estiver em dúvida e/ou quando denunciar

Pode ser difícil estabelecer que conduta, sob circunstâncias específicas, é (apenas) permitida e que conduta não é, especialmente na área de concorrência leal. Quando estiver em dúvida, compartilhe suas preocupações com o Departamento Jurídico da Randstad (local ou global) ou com um consultor jurídico externo. A transparência deve fazer sempre parte da cultura da Randstad. Ela determina como cuidamos uns dos outros e evita que você ou um dos seus colegas se envolvem em uma situação prejudicial ou até criminosa.

Se suspeitar que um colaborador da Randstad, um concorrente, um cliente ou um fornecedor, violou as regras de concorrência, você deve relatar ao Departamento Jurídico da Randstad. Também pode recorrer à Linha de Integridade que faz parte do procedimento de Denúncia de Má Conduta.

Sempre que surgir uma questão, temos de analisar a situação adequadamente e considerar que medidas devem ser tomadas. Se um colaborador da Randstad for a fonte de um comportamento de má conduta, a Randstad pode tomar medidas adequadas (internas e/ou externas) para barrar este comportamento. Algumas autoridades de concorrência fornecem "imunidade" a uma empresa que diga algo que não deva (por exemplo, aborda ativamente a autoridade de concorrência para denunciar a sua participação num comportamento anticompetitivo). Assim, a empresa denunciante pode evitar ser multada apesar de ter violado a lei da concorrência, se colaborar com qualquer investigação por parte da autoridade da concorrência.

Quanto mais depressa a Randstad puder responder a uma possível violação da lei da concorrência, melhor poderemos lidar com tal violação.

Assim, é essencial que denuncie, de imediato, qualquer situação ao Departamento Jurídico da Randstad (ou com a Linha de Integridade) se:

- testemunhou uma aparente violação;
- tem noção de que os fatos o levam a crer na existência de uma violação; ou
- foi envolvido numa violação.

Cada incidente denunciado será registrado pela Randstad e será bem investigado. Contudo, em alguns casos, as atividades que pareçam questionáveis, à primeira vista, podem, após uma análise, ser adequadas ou até necessárias.

Uma política não pode descrever todas as circunstâncias e regras. Como colaborador, deve sempre recorrer ao bom senso e discernimento profissional.

² Em caso de uma posição de Mercado dominante, a Randstad não pode (entre outras coisas):

- discriminar clientes iguais ou semelhantes (por exemplo, cobrando valores diferentes pelos mesmos serviços, fazendo descontos nos mesmos volumes de negócio ou servindo um cliente e recusando-se a servir outro sem justificação);
- oferecer certos serviços em conjunto com outros serviços não relacionados (este procedimento é conhecido como "tying"-acordos condicionais);
- cobrar preços excessivamente elevados (ou preços muito baixos temporariamente para afastar um concorrente);
- recusar a negociar com um possível cliente; ou
- pedir exclusividade a um cliente.

Para mais informações, consulte o Departamento Jurídico da Randstad.

4. Sanções

As autoridades da concorrência têm o poder de investigar as empresas e o poder de impor multas pesadas às empresas em caso de não cumprimento (na UE, podem chegar até 10% das receitas individuais; nos EUA, podem chegar até 100 milhões de dólares ou duas vezes o valor do prejuízo realizado). Mas o não cumprimento também pode levar a multas para os indivíduos envolvidos, desligamento por má conduta ou até prisão. O não cumprimento prejudicará seriamente a reputação da Randstad. Podemos, ainda, ser excluídos de participar de concursos públicos ou podemos passar a constar na lista negra dos clientes. Os clientes também podem pedir uma indenização.

P. A Randstad já esteve envolvida em problemas de concorrência?

R. Sim. A Randstad foi multada em 18 milhões de euros por fixar preços na França em 2009 (a Adecco foi multada em 34,2 milhões de euros e a Manpower em 42 milhões de dólares). No Reino Unido, a Randstad também esteve envolvida num comportamento anticompetitivo. Contudo, nesse caso, a Randstad ganhou imunidade por parte das autoridades da concorrência, uma vez que denunciámos esta atividade ilegal às autoridades. Se não tivéssemos sido os primeiros a relatar, poderíamos ter sido multados em 116 milhões de euros. A Hays foi multada em mais de 30 milhões de libras e a cotação das ações baixou 3,5% no dia do comunicado.

O não cumprimento desta Política pode resultar na aplicação de medidas disciplinares. Como referido anteriormente, é dever de cada um denunciar qualquer suspeita ou violação efetiva da lei da concorrência. Se não o fizer, também pode ser alvo de uma ação disciplinar. Assim, por favor, ajude-nos a criar confiança e a defender a nossa excelente reputação!

Nota: Se forem aplicáveis requisitos mais rigorosos em relação à concorrência leal (por exemplo, regras estabelecidas no seu contrato de trabalho, lei local aplicável ou regulamentos de pessoal), estes requisitos mais rigorosos prevalecerão sempre em relação aos que se encontram nesta política.

informação de contato do Departamento Jurídico da Randstad e do Departamento Jurídico da Global

Quando esta política se refere ao **Departamento Jurídico da Randstad**, refere-se ao departamento jurídico relevante da Empresa Randstad. Quando a Empresa Randstad não tem um departamento jurídico, devem contactar um consultor jurídico externo ou diretamente com o Departamento Jurídico da Global.

O Departamento Jurídico da Global pode ser contactado através do consultor jurídico do Departamento Jurídico da Global que está responsável pelo seu país (através do Departamento Jurídico da Randstad) ou através do consultor senior, Dieuwke Visser (dieuwke.visser@randstad.com ou complianceofficer@randstad.com).

anexo 1

alguns cenários adicionais sobre concorrência: em caso de dúvida, faça uma pausa e discuta

	inaceitável NÃO FAÇA	analisar cuidadosamente DISCUTA	normalmente aceitável FAÇA
Conversas com concorrentes	Nunca discuta informações comercialmente sensíveis sem aconselhamento jurídico	Contatos com concorrentes em reuniões ou conferências da associação comercial	Discuta sempre questões com os outros de tal forma que se sentiria perfeitamente à vontade se toda a conversa fosse tornada pública
	Nunca discuta nem concorde com preços ou condições competitivas idênticas nem compartilhadas de território	Qualquer outro comportamento	Discuta sempre questões com os outros de tal forma que se sentiria perfeitamente à vontade se toda a conversa fosse tornada pública
	Nunca fale com concorrentes sem um motivo comercial legítimo	Entrar em negociações com um concorrente para colaborar, apresentar uma oferta em conjunto ou subcontratar para um concorrente	Falar sobre questões não sensíveis, dados agregados e históricos (pelo menos > 1 ano, não relacionados com contratos em curso) e desenvolvimentos externos genéricos
	Não fique em silêncio quando um ou mais concorrentes estiverem a discutir informações comercialmente sensíveis	Qualquer outro comportamento	Indique de forma clara que está convicto de que discutir informações comercialmente sensíveis é inaceitável e que irá abandonar a discussão
Acordos envolvendo várias empresas do Grupo Randstad e um cliente		Acordos "intra-grupo" entre várias empresas do grupo Randstad, especialmente se estas operam sob marcas diferentes e/ou parecem agir de forma independente	
Partilhar informações comercialmente sensíveis dentro do Grupo Randstad	Nunca use informações comercialmente sensíveis recebidas de um concorrente com quem colaboramos (p. ex., como MSP) para outros fins que não aqueles acordados contratualmente	Qualquer outro uso	Obtenha orientação do Departamento Jurídico da Randstad antes de usar informações comercialmente sensíveis recebidas de um concorrente com quem colaboramos (p. ex., como MSP)
Um cliente que solicitar ofertas semelhantes ou mesmo idênticas de concorrentes		Consulte sempre o Departamento Jurídico da Randstad	Atue de acordo com as orientações recebidas do Departamento Jurídico da Randstad

Para RSR: Uso de plataformas eletrônicas / digitais para gerir as relações com fornecedores de pessoal	Não partilhe preços, taxas, volumes, etc. com/entre concorrentes ou empresas do Grupo Randstad	Consulte sempre o Departamento Jurídico da Randstad	
Pedidos de propostas (RFIs e RFPs)	Nunca concorde com um concorrente em apresentar ou não apresentar uma proposta	Qualquer outro comportamento	Permaneça totalmente independente na sua própria tomada de decisão

anexo 2

guia sobre as atividades de associações

As associações realizam funções úteis e legítimas que são aceites para ser base para:

- proteger e promover os interesses de agências de emprego privadas e os seus serviços para reforçar e sustentar o crescimento;
- criar o ambiente jurídico mais apropriado em que o mercado deve operar;
- promover e aumentar os padrões de qualidade dentro do mercado;
- debater questões genéricas que afetem o mercado, tais como tributação, saúde & segurança, desenvolvimentos jurídicos, questões de política governamental, desenvolvimentos econômicos gerais;
- melhorar a compreensão da realidade do nosso mercado, especialmente obtendo reconhecimento pela nossa contribuição positiva para um mercado de trabalho mais funcional; e
- regras de sociedade, estatutos da associação, código de conduta, etc.

As associações podem variar bastante em termos de tarefas, dimensão, forma como trabalham e nos membros de mercados representados. Todas têm uma assembleia-geral e uma direção e algumas podem ter grupos de trabalho especializado e até os seus próprios consultores jurídicos.

As reuniões de associação são uma plataforma conveniente para os representantes dos concorrentes se reunirem e trocarem informação legítima como referido anteriormente. Contudo, também podem dar azo a possíveis abusos devido a acordos anticompetitivos (intencionais ou não intencionais), resultando de comentários casuais ou conversas.

Se participar numa direção de associação, num grupo de trabalho ou noutra reunião, eis o que precisa de saber/fazer:

- certifique-se de que o código de conduta foi comunicado entre os membros;
- quando falar com concorrentes, use sempre uma linguagem clara e precisa de modo a não ser mal interpretada como anticompetitiva. A sua linguagem deve ser publicável em redes sociais, jornais ou em tribunal;
- antes e depois da reunião, tenha a agenda e os assuntos cuidadosamente analisados pelo Departamento Jurídico da Randstad;
- certifique-se de que as conversas em reuniões (assim como antes, depois e durante os intervalos) não transcendam as questões aprovadas; quando os concorrentes começam a impor ideias, conteste, termine a conversa e afaste-se. Quando estiver numa reunião, certifique-se de que fica registrado;
- não discuta as condições do Mercado, o comportamento do Mercado, uma abordagem comum ao Mercado nem qualquer assunto comercial que possa afetar a conduta concorrente dos participantes;
- quando falar sobre mudanças legislativas que afetem custos ou subsídios, não conteste nem concorde como, quando, o quê nem se tais custos e subsídios devem passar para os clientes;
- verifique que as regras não boicotem os concorrentes;
- não faça acordos em relação ao impedimento de contratar os colaboradores dos concorrentes (acordos de não contratação);
- certifique-se de que a associação tem salvaguardas adequadas quando recolhem e trocam informação em relação aos seus membros ou às partes interessadas para publicação.

POLÍTICA DE CONCORRÊNCIA LEGAL

questões a ter em mente:

As empresas devem tomar decisões de negócio independentemente dos concorrentes.

Os acordos (por escrito, troca de e-mails, orais e de comum acordo) com concorrentes que restrinjam a concorrência são ilegais.

Contate o Departamento Jurídico da Randstad em caso de dúvidas ou quando suspeita que alguém está a violar as normas.

PODE

- Evite o contato ou reuniões com concorrentes a não ser que haja um motivo legítimo.
- Se receber preços/condições de um concorrente através de um cliente, registre como/onde/quando os recebeu.
- Quando os concorrentes falarem de qualquer imposição, termine a conversa, afaste-se e tome nota do sucedido.
- Analise sempre qualquer acordo proposto por ou com concorrentes com o Departamento Jurídico da Randstad de imediato.
- Lembre-se sempre de que os documentos podem ser lidos e as conversas podem ser ouvidas e possivelmente mal interpretadas por colegas, reguladores ou outras partes.

NÃO PODE

- Não discuta, divulgue ou aceite acordos com concorrentes em relação a preços ou a informação comercial sensível e/ou confidencial (despesas de fornecimento; rentabilidade; estratégia; planos de negócio e marketing; planos de desenvolvimento do produto; informação sobre clientes).
- Não divida mercados e/ou clientes com concorrentes.
- Não faça acordos com concorrentes para boicotar clientes, fornecedores ou outros concorrentes ou para os pôr na lista negra.
- Não tente influenciar os preços e condições de concorrentes em detrimento dos clientes (por exemplo, no contexto de MSP).

Especificidades da ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL

Também se aplicam todos os pontos anteriores!

- Certifique-se de que comunicaram o código de conduta aos membros.
- Peça ao Departamento Jurídico da Randstad para analisar a agenda e as minutas.
- Aborde apenas assuntos da agenda.
- Troque apenas informação que tenha sido aprovada que levante questões de concorrência.
- Conteste, termine a conversa e afaste-se se os concorrentes abordarem alguma imposição e certifique-se de que registrou o sucedido.
- Não faça acordos em relação ao impedimento de contratar colaboradores de concorrentes (acordos de não contratação).
- Não discuta como/quando/o quê/ se quaisquer custos ou subsídios relacionados com mudanças de leis e regulamentos devem ser transmitidos aos clientes.

