



**BRF S.A.**  
Companhia Aberta de Capital Autorizado  
CNPJ 01.838.723/0001-27

## **Política Corporativa de Prevenção a Práticas Anticoncorrenciais / *Anti-Competitive Practice Prevention Corporate Policy***

**Versão Português / Portuguese Version**

### **1 OBJETIVO**

Estabelecer as diretrizes a serem adotadas pelos Colaboradores da BRF S.A. e suas subsidiárias, em qualquer país (“BRF” ou “Companhia”) e demais profissionais que atuam em nome ou benefício da Companhia, a respeito da prevenção de infrações à ordem econômica no contexto de interações em (i) Projetos de M&A, (ii) interações com concorrentes, diretamente ou por meio de associações comerciais e (iii) práticas comerciais da Companhia, de modo a assegurar que tais condutas estejam em total conformidade com a Lei de Defesa da Concorrência, a livre concorrência e demais Legislações Aplicáveis.

Para os fins desta Política, os termos sublinhados e suas variações terão os significados a eles atribuídos no Glossário.

### **2 ABRANGÊNCIA**

Essa Política aplica-se a todos os Colaboradores da BRF, bem como a quaisquer Terceiros, localizados no Brasil ou em qualquer outro país (juntos, “Pessoas”). Todos os Terceiros devem garantir que os atos praticados em nome da BRF ou que estejam relacionados à prestação de serviços, fornecimento de materiais ou aquisição de produtos da BRF atendam aos mesmos padrões de integridade esperados dos Colaboradores da BRF.

### **3 PAPÉIS E REPONSABILIDADES**

Cabe à Diretoria de *Compliance* esclarecer quaisquer dúvidas relacionadas a esta Política, estabelecer os procedimentos necessários para a sua implementação, verificar o cumprimento e eventuais violações da presente Política, disseminar as diretrizes deste documento (como, por exemplo, por meio de treinamentos), além de prestar suporte às demais áreas envolvidas em processos relativos a esta Política. Cabe ainda à Diretoria de *Compliance* manter esta Política atualizada, garantido que quaisquer alterações nas Legislações Aplicáveis sejam refletidas nas diretrizes e regras gerais estabelecidas nesta Política.

Cabe à Diretoria Jurídica prestar suporte à Diretoria de *Compliance* para assegurar o cumprimento desta Política pelos Colaboradores, colocando-se à disposição para esclarecimento de dúvidas relativas à Política e à sua aplicação, bem como sobre a



**BRF S.A.**

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

legislação concorrencial e demais regras aplicáveis. Cabe ainda à Diretoria Jurídica comunicar à Diretoria de *Compliance* sobre qualquer suspeita de irregularidade ou descumprimento das diretrizes e regras gerais desta Política que venham a tomar conhecimento.

Cabe a todas as Pessoas conhecer, respeitar e disseminar as diretrizes definidas nesta Política, bem como participar dos treinamentos a que forem convocadas e reportar ao Canal de Transparência qualquer suspeita de violação à Legislação Aplicável, ao manual de Transparência, desta Política ou demais políticas da BRF que venham a tomar conhecimento.

#### **4 DIRETRIZES**

Concorrência é a disputa entre produtores de bens ou fornecedores de serviços, rivais e independentes, pela preferência dos consumidores. Quando a competição por consumidores não é composta por arranjos ilícitos entre concorrentes ou por práticas abusivas, a sociedade como um todo pode ser beneficiada com a oferta de preços menores, produtos melhores, mais alternativas e mais inovação.

No Brasil, a defesa da concorrência é promovida pela Lei Federal nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações à ordem econômica.

Neste país, qualquer prática comercial que possa prejudicar a livre concorrência pode configurar uma infração à Lei de Defesa da Concorrência. No Brasil, a título exemplificativo, o CADE é o órgão responsável na esfera administrativa por investigar e punir tais infrações, podendo impor multas de até 20% do faturamento bruto anual da empresa no ramo de atividade em que ocorreu a infração, além de multas para as pessoas físicas envolvidas. Além disso, infrações também podem gerar prejuízos na esfera cível com ressarcimento em ações indenizatórias, dano reputacional e desvio de foco dos executivos; e, no caso de cartéis, as pessoas físicas envolvidas ainda estão sujeitas a sanção na esfera criminal.

A BRF e as empresas integrantes do seu grupo econômico estão preparadas para concorrer com êxito no ambiente de negócios e sempre o fará em cumprimento à Legislação Aplicável e seus Colaboradores devem assegurar, a todo tempo, o fiel cumprimento à legislação e a esta Política, evitando a todo custo a adoção de práticas de combinação de preços ou qualquer outra medida ilegal para obtenção de informações de seus concorrentes ou vantagens comerciais indevidas.

Nesse sentido, a BRF ressalta que, embora esta Política tenha a intenção de fornecer uma visão geral das práticas proibidas pela Lei de Defesa da Concorrência e demais Legislações Aplicáveis aos Colaboradores, a Política não pretende abordar todas as questões que os Colaboradores da BRF possam enfrentar nos mais variados negócios em que participem e nas diversas jurisdições atendidas pela Companhia, que podem contar com regras distintas sobre proteção à livre concorrência.. Caso esteja em dúvida sobre



como proceder em determinada situação, consulte o Departamento Jurídico ou a Diretoria de *Compliance*.

#### **4.1 INTERAÇÕES EM PROJETOS DE M&A**

Colaboradores que estejam envolvidos em Projetos de M&A devem evitar ao máximo o compartilhamento de Informações Concorrencialmente Sensíveis com representantes das partes envolvidas no projeto, notadamente quando o recipiente das informações for concorrente da Companhia. Essa restrição não se aplica aos consultores da Companhia contratados para assessorá-la em tais Projetos de M&A, desde que a troca de informações ocorra após a assinatura de contrato de confidencialidade aprovado pelo Departamento Jurídico.

Embora o CADE e outros órgãos concorrenciais reconheçam que qualquer Projeto de M&A implique algum nível de troca de informações entre as partes envolvidas, especialmente no contexto de *due diligences*, o compartilhamento de Informações Concorrencialmente Sensíveis deve ser limitado ao mínimo necessário, e os Colaboradores devem buscar reduzir o impacto concorrencial de tal compartilhamento, garantindo que as informações sejam tão consolidadas quanto possível, e que sejam compartilhadas com o menor número possível representantes das outras partes. A critério do Departamento Jurídico, poderá ser necessária a criação de um *clean team*, ou seja, um grupo limitado de pessoas, sejam elas representantes da outra parte envolvida no Projeto de M&A ou assessores externos, sujeito a determinadas regras, que é habilitado a rever informações concorrenciais sensíveis. Também não devem ser efetuados pagamentos antecipados ou iniciada qualquer tipo de integração de equipes, serviços ou produtos, de forma a não antecipar quaisquer efeitos dos Projetos de M&A, sem que o fechamento do Projeto de M&A tenha sido aprovado em definitivo pelo CADE ou pelos órgãos concorrenciais correspondentes em outras jurisdições.

A consumação total ou parcial de Projetos de M&A, incluindo eventual compartilhamento excessivo de Informações Concorrencialmente Sensíveis, pode caracterizar a prática de *gun jumping*, sendo passível, no Brasil, de multas, conforme a Legislação Aplicável, e nulidade dos atos praticados, além da possibilidade de abertura de processo administrativo para apuração de eventual infração à ordem econômica. Outras jurisdições estabelecem penalidades semelhantes às da legislação brasileira. Em caso de dúvida, consulte a Gerência Jurídica Internacional.

#### **4.2 INTERAÇÕES E ACORDOS COM CONCORRENTES**

As Leis de Defesa da Concorrência e demais Legislações Aplicáveis proíbem acordos entre concorrentes que tenham a intenção ou o efeito de impedir, restringir ou distorcer a concorrência, ou o compartilhamento de Informações Concorrencialmente Sensíveis. Essa vedação é ampla e abrange quaisquer tipos de acordo, sejam orais ou escritos, explícitos ou tácitos, formais ou informais, e esse tipo de acordo entre concorrentes é



sempre considerado ilícito, mesmo que não venha a ser implementado ou não produza qualquer efeito.

Nesse sentido, os Colaboradores da BRF não devem se aproximar de concorrentes para discutir, formal ou informalmente, quaisquer variáveis que compõem os preços de seus produtos, seja para o aumento ou para a diminuição de preços de produtos comuns, concessão de descontos, estabelecimento de preços mínimos de venda, estabelecimento de faixas onde os preços devem ser mantidos ou mesmo estabelecer um valor ou percentual de reajuste de preços.

Os Colaboradores também não devem estabelecer acordos visando a divisão e/ou manutenção de bases de clientes por território, tipo de produto ou perfil de clientes. Além disso, são vedados entendimentos para a limitação de produção, capacidade, ou volume de produtos a serem colocados à venda.

Por fim, no contexto de acordos de distribuição de produtos, ou quaisquer outros acordos com concorrentes, devem ser adotadas cautelas para que não haja fornecimento, troca ou recebimento de Informações Concorrencialmente Sensíveis que extrapolem o contexto de qualquer acordo lícito.

#### **4.3 INTERAÇÕES COM CONCORRENTES POR MEIO DE ASSOCIAÇÕES**

Além das considerações destacadas acima, devem ser tomados cuidados especiais nas interações com concorrentes por meio de associações. O CADE e demais autoridades dedicadas à defesa da concorrência no mundo reconhecem que associações de classe (como sindicatos, federações, entre outros) possuem papel importante na sociedade, pois organizam e representam interesses legítimos e criam espaços para discussão de soluções a problemas comuns aos associados, como, por exemplo, alterações na regulamentação da indústria. Não obstante, tais ambientes também são propícios para discussões que extrapolem as funções legítimas dessas associações, uma vez que fornecem oportunidade para encontros formais e informais entre concorrentes e, por esta razão, podem expor os Colaboradores, a própria BRF e as demais empresas que compõem o seu grupo econômico ao risco de suspeita de práticas anticompetitivas.

Os Colaboradores autorizados a participar de reuniões em associações comerciais devem adotar as seguintes cautelas para mitigar riscos concorrenciais:

- Recomendar à associação que todas as reuniões sejam sempre precedidas de convocação, com pauta clara e precisa.
- Analisar previamente a pauta da reunião e, caso algum dos tópicos envolva o compartilhamento de Informações Concorrencialmente Sensíveis, recomendar à associação a sua exclusão da pauta.
- Em caso de discussões inadequadas durante uma reunião da associação, intervir imediatamente orientando aos participantes de que o tema não deve ser levado adiante,



**BRF S.A.**

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

certificar-se de que o posicionamento seja registrado em ata e retirar-se da reunião, exigindo que sua saída também seja registrada.

- Certificar-se de que na ata das reuniões da associação conste a integralidade das discussões, a fim de demonstrar a sua licitude, mantendo o respectivo documento em arquivo.

- Jamais estabelecer acordos com concorrentes, expressos ou tácitos, com ou sem a interferência de associação de classe, incluindo, mas não se limitando, sobre nivelção de preços, custos, formas de atuação ou vendas, cláusulas contratuais padronizadas, remunerações ou divisão de mercado (por região ou por cliente). Nesse sentido, o engajamento em discussões legalmente proibidas não é permitido, mesmo que sejam “oficialmente aprovadas” pelo grupo que estiver promovendo a reunião ou pelas pessoas participantes.

- Adotar extrema cautela no fornecimento de Informações Concorrencialmente Sensíveis solicitadas pela associação para execução de projetos de interesse comum, inclusive para efeito de diagnóstico de mercado ou em resposta a solicitações de autoridades competentes. Nessas situações, deve-se recomendar à associação a coleta de dados históricos com a maior periodicidade possível (pelo menos, o período de um ano). Colaboradores jamais devem fornecer ou receber as informações solicitadas diretamente de concorrentes. Idealmente, a associação responsável pelo projeto deve contratar consultoria independente para o recebimento individualizado e tratamento sigiloso das informações solicitadas. Não sendo possível, a associação deve ser orientada a adotar pessoal de seu próprio quadro, completamente desvinculado aos agentes do mercado. Além disso, em qualquer situação, recomenda-se que os envolvidos no projeto celebrem termos de confidencialidade, com previsão de penalidade em caso de descumprimento. É indispensável, também, orientar para que o resultado do projeto disponibilize informações agregadas ou consolidadas, isto é, sem a possibilidade de identificação de cada empresa participante e, ainda, que seu conteúdo possa ser acessado pelo público em geral em condições razoáveis, quando possível.

- Não adotar ou incentivar qualquer tipo de iniciativa para: (i) tabelamento de preços, mesmo que de forma indicativa ou sugestiva, inclusive quando relacionada a pagamento de comissões de agentes atuantes em outros elos da cadeia produtiva; (ii) boicote a Terceiros; ou (iii) exclusão de concorrente ou Terceiros.

- Em caso de suspeita de discussões ou atuação no âmbito da associação que sejam capazes de infringir as Leis de Defesa da Concorrência ou demais Legislações Aplicáveis, relatar imediatamente o ocorrido à Diretoria de *Compliance* e à Diretoria Jurídica. Os Projetos que contem com a participação conjunta de concorrentes também devem ser submetidos previamente à Diretoria Jurídica.

Por fim, os Colaboradores não devem participar de associações cujo próprio objeto seja a coordenação entre concorrentes ou qualquer outra finalidade ilícita e não devem participar de nenhuma associação comercial sem a prévia concordância da Diretoria de Relações Institucionais, após análise de sua finalidade e importância. Também deve ser



evitada, nesse sentido, a participação em associações que não contenham regras claras e precisas sobre admissão, exclusão e aplicação de penalidades aos seus associados.

Para saber mais a respeito da interação da BRF com as associações de classe, consulte a Norma Corporativa de Associações e Entidades de Classe.

#### **4.4 RELACIONAMENTO COM TERCEIROS**

A livre concorrência permite que empresas possam, em geral, escolher livremente seus Terceiros, bem como as condições comerciais de suas relações com esses. Não obstante, práticas comerciais com Terceiros podem ser consideradas violações à ordem econômica, caso impliquem restrições abusivas à concorrência. Ao avaliar a conformidade de uma prática comercial à Lei de Defesa da Concorrência e demais Legislações Aplicáveis, no caso do Brasil, o CADE e demais autoridades dedicadas à defesa da concorrência no mundo analisarão o Poder de Mercado das empresas envolvidas, os problemas concorrenciais derivados da prática e a existência de justificativas comercialmente legítimas para essa conduta. Os órgãos concorrenciais dos países em que a BRF atua tomarão medidas semelhantes para avaliar tal prática comercial.

Considerando que a BRF possui Poder de Mercado na maior parte dos ramos em que atua, qualquer prática comercial da BRF, envolvendo seus Terceiros e que tenha potencial de restringir a concorrência, deverá ser solidamente justificada de forma a demonstrar a sua racionalidade econômica, suas eficiências e/ou outros efeitos benéficos ao consumidor final.

Dentre as possíveis condutas envolvendo a atuação perante Terceiros, destacamos que as seguintes práticas merecem maior cuidado dos Colaboradores em razão de potenciais riscos concorrenciais:

##### **a) Fixação de Preço de Revenda**

A fixação de preço de revenda não é necessariamente ilícita, porém frequentemente tem potencial de produzir efeitos anticompetitivos e sua implementação deve ser analisada com cautela pela Diretoria Jurídica.

A fixação de preço de revenda ocorre quando o produtor estabelece o preço final, o preço mínimo de revenda, a margem de lucro e/ou o nível máximo de desconto praticado pelos seus distribuidores/revendedores, seja por determinação clara ou pela aplicação de incentivos ou sanções.

Condicionar vantagens ao distribuidor à adesão a um preço de revenda ou exigir alguma proporção entre o preço de revenda de distribuidores e o preço praticado por concorrentes também podem ser enquadradas como fixação de preço de revenda. Por outro lado, a mera sugestão ou recomendação de preços, sem mecanismos de sanção pelo descumprimento, não viola a Lei de Defesa da Concorrência e demais Legislações Aplicáveis.



b) Acordo Exclusivo para Fornecimento/Distribuição

Acordos que restrinjam a capacidade de Terceiros clientes de fazer negócios com concorrentes da BRF também podem ensejar preocupações concorrenciais e, portanto, sua implementação deve ser analisada com cautela.

São exclusivos os acordos por meio dos quais Terceiros são expressamente obrigados a adquirir somente produtos BRF, ou possuem grandes incentivos para tal. Acordos que estipulem quota mínima de compra (em volume ou porcentagem das compras do Terceiro) também podem ter implicações de exclusividade.

Considerando que a BRF detém Poder de Mercado na maior parte dos ramos em que atua, acordos de exclusividade com Terceiros devem ser realizados somente quando baseados em sólida justificativa econômica e limitados a Terceiros estratégicos, garantindo que concorrentes da BRF não sejam privados de acesso a Terceiros.

Diante da sensibilidade do tema, a celebração de contratos ou acordos com Terceiros envolvendo a Fixação de Preço de Revenda, Acordo Exclusivo para Fornecimento / Distribuição (Cláusula de Exclusividade), ou outras práticas no relacionamento com Terceiros, deverão ser submetidos previamente à análise da Diretoria Jurídica.

#### **4.5 ABUSO DE POSIÇÃO DOMINANTE**

Além das condutas apontadas acima, que incluem conluio com concorrentes e práticas potencialmente prejudiciais a Terceiros, também são objeto de investigação do CADE e das demais autoridades dedicadas à defesa da concorrência no mundo outras condutas praticadas por empresas que detêm Poder de Mercado e podem ser danosas à concorrência.

Companhias que detêm Poder de Mercado, como a BRF, possuem responsabilidades específicas perante a Lei de Defesa da Concorrência, pois suas práticas comerciais têm o maior potencial de prejudicar a concorrência. Assim, algumas condutas que seriam perfeitamente lícitas para empresas de menor porte podem ser interpretadas como abusivas quando adotadas por empresas com Poder de Mercado. Tais práticas incluem, entre outras:

a) Preço Predatório

A fixação de preço predatório fica caracterizada quando uma empresa com Poder de Mercado reduz os preços de venda abaixo de certos parâmetros de custo para eliminar rivais (e possíveis entrantes) do mercado para, em momento posterior, elevar os preços novamente e obter lucros maiores no médio/longo prazo.

A prática de preço predatório não se confunde, no entanto, com a prática de *dumping*. O *dumping* é prática comum no comércio internacional, por meio do qual um agente econômico pratica um preço inferior ao praticado no país de origem do produto.



Somente uma análise detalhada sobre os preços, custos e demais condições do mercado afetado poderá determinar se a prática realmente configura um preço predatório ou se a empresa é tão somente mais eficiente que os demais concorrentes e está praticando concorrência de preços acirrada, porém, lícita.

b) Venda Casada

Há venda casada quando um produtor condiciona a compra de um determinado bem ou serviço à compra de um segundo bem ou serviço, como por exemplo, limitar a compra do produto “A”, apenas se o cliente adquirir o produto “B”. Também pode ocorrer por meio da concessão de desconto significativo ao cliente que compra o “pacote”, desencorajando a compra de um produto ou serviço de forma isolada. Esta prática causa uma alavancagem no Poder de Mercado de uma empresa com o objetivo de dominar o concorrente.

c) Recusa de Contratar

Há recusa de contratar quando uma empresa se recusa a vender um bem ou prestar serviços a um cliente existente ou potencial em condições comerciais regulares sem justificativas razoáveis, restringindo as suas possibilidades de concorrer no mercado. Por essa razão, qualquer recusa em vender ou distribuir produtos deve ser baseada em razões comerciais legítimas e pró-competitivas, como por exemplo a incapacidade do parceiro comercial de cumprir padrões de qualidade/desempenho ou dificuldades de crédito.

d) Descontos por Fidelidade

A concessão de descontos ou outras vantagens condicionadas ao volume/frequência de compra, ou baseada no faturamento de tal Terceiro, é uma prática analisada com muita cautela pelo CADE e pelas demais autoridades dedicadas à defesa da concorrência no mundo. Embora descontos por fidelidade possam ser positivos, ao reduzir o preço final de Terceiros e preservar relacionamentos duradouros, essa prática pode induzir à exclusividade, na medida em que busca que a totalidade ou maior parte da demanda de Terceiros seja suprida por seus produtos e, portanto, pode ser capaz de eliminar concorrentes.

A implementação de programas de relacionamento e programas de fidelização é perfeitamente lícita e pode trazer diversos benefícios à concorrência. Contudo, tais medidas comerciais devem ser objeto de consulta à Diretoria de Compliance e à Diretoria Jurídica para minimizar o risco de serem interpretadas como anticompetitivas. Em especial, os descontos aplicados em programas desse tipo devem sempre ser lineares e não exponenciais (ou seja, crescerem proporcionalmente à medida em que clientes e distribuidores adquiram mais produtos).

e) Discriminação de Preços e Outros Tratamentos Diferenciados

Há discriminação quando o produtor se utiliza de seu Poder de Mercado para fixar arbitrariamente preços e condições diferentes para o mesmo produto ou serviço, discriminando Terceiros que se encontrem em condições semelhantes. Esse tipo de tratamento diferenciado tem o potencial de criar desvantagens anticompetitivas para





Terceiros e, portanto, deve ser baseado em justificativas objetivas, como, por exemplo, cobrança mais elevada para parceiros com maior risco de crédito.

Por fim, considerando que a BRF possui Poder de Mercado na maior parte dos ramos em que atua, a implementação das práticas comerciais listadas acima deve sempre ser analisada com cautela e com a ponderação de seus possíveis problemas concorrenciais e suas justificativas econômicas. Em caso de dúvidas, a Diretoria de Compliance e à Diretoria Jurídica devem ser consultadas para orientações. Todos os critérios adotados pela BRF para definir práticas comerciais devem ser registrados.

#### **4.6 DESCUMPRIMENTO DESTA POLÍTICA**

Os destinatários dessa Política estão cientes de que o seu descumprimento, bem como o descumprimento da Legislação Aplicável e demais políticas da BRF, tal como o Manual de Transparência BRF, pode estar sujeito a procedimentos disciplinares internos, conforme Norma de Consequência, sem prejuízo de eventuais medidas legais aplicáveis.

Casos omissos ou exceções a essa Política deverão ser comunicados e deliberados pela Diretoria de *Compliance* e/ou pelo Comitê de Transparência da BRF, conforme o caso.

Além disso, buscando manter os padrões éticos da Companhia e monitorar as relações comerciais com Terceiros, bem como auxiliar na prevenção e detecção de todas as formas de Corrupção, a BRF apoia e encoraja as Pessoas a denunciarem quaisquer práticas que possam representar violação ou potencial violação a essa Política, ao Sistema de Integridade, ou que estejam em desacordo com as legislações nacionais e estrangeiras aplicáveis.

As denúncias devem ser feitas ao Canal de Transparência, disponibilizado pela BRF nos domínios abaixo.

- <https://www.brf-global.com/sobre/etica-e-integridade/canal-de-transparencia/>
- [www.integridade.brf.com](http://www.integridade.brf.com)

É possível a realização de denúncias por telefone, website ou e-mail. Nos países em que a legislação assim o permite, também é possível a realização de denúncias anônimas.

Ao fazer um relato, devem ser fornecidos o máximo de detalhes que o denunciante tenha conhecimento, para auxiliar na investigação.

A BRF condena veementemente toda e qualquer forma de retaliação ao denunciante que tenha registrado uma denúncia de boa-fé e com responsabilidade, ainda que sua denúncia se prove infundada, tal como estabelecido na Política Corporativa de Denúncias ao Canal de Transparência.



A BRF, por meio da Diretoria de *Compliance*, compromete-se a investigar as denúncias recebidas com independência, cautela e responsabilidade, de maneira justa e imparcial, e a tomar as medidas disciplinares e/ou legais cabíveis, quando necessário.

## **5 DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA**

### **5.1 LEGISLAÇÃO ANTITRUSTE**

- Constituição Federal, Ordem Econômica (arts. 170 a 181).
- Lei Federal Brasileira nº 12.529/2011, que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações à ordem econômica.
- Regimento Interno do CADE, conforme alterado.
- Resolução nº 02, de 29 de maio de 2012, conforme alterada.
- Guia do CADE para Análise da Consumação Prévia de Atos de Concentração Econômica.
- Guia do CADE para Programas de *Compliance*.

### **5.2 POLÍTICAS INTERNAS DE REFERÊNCIA (POLÍTICAS BRF)**

- CE 01.1.100 – Manual de Transparência da BRF / *BRF Transparency Guide*.
- CE 01.1.102 – Código de Conduta de Parceiros de Negócio da BRF / *Code of Conduct for BRF Business Partners*.
- PC 28.1.001 – Política Corporativa de Brindes, Presentes e Hospitalidade / *Gifts, Presents and Hospitalities Corporate Policy*.
- PC 28.1.002 – Política Corporativa de Denúncias ao Canal de Transparência / *Corporate Policy of Reporting to the Transparency Channel*.
- PC 28.1.004 – Política Corporativa de Doações e Patrocínios / *Donations and Sponsorships Corporate Policy*.
- PC 28.1.005 – Política Corporativa de Conflito de Interesses / *Conflict of Interests Corporate Policy*.
- Política Corporativa de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento ao Terrorismo.



- Política Corporativa de Licitações e Contratos com o Poder Público.
- NC 28.1.008 – Sistema de Integridade / *Integrity System*.
- NC 28.3.003 – Diretrizes para Aplicação de Consequências.
- Norma Corporativa de Projetos de M&A / *M&A Projects*.
- Norma Corporativa de Associações e Entidades de Classe / *Trade Associations and Organizations Corporate Norm*.

## **6 DISPOSIÇÕES FINAIS**

Este documento tem validade a partir da data de sua publicação, podendo ser alterado a qualquer tempo e critério.

As pessoas que violarem esta Política estarão sujeitas às medidas legais e/ou disciplinares cabíveis, que serão determinadas pelos administradores competentes da BRF.

Caberá a área redatora esclarecer eventuais dúvidas, estabelecer os procedimentos necessários para a implementação, verificação e disseminação das diretrizes citadas neste documento.

## **7 APROVAÇÕES**

<b>RESPONSÁVEL</b>	<b>ÁREA</b>
<b>ELABORAÇÃO</b>	Diretoria de Compliance
<b>APROVAÇÃO</b>	Comitê de Transparência

## **GLOSSÁRIO**

**BRF ou Companhia:** Se refere à BRF S.A., bem como a todas as suas subsidiárias, nacionais ou internacionais.

**CADE:** Conselho Administrativo de Defesa Econômica.

**Canal de Transparência:** É um canal independente, gerido por empresa terceirizada e/ou pela Diretoria de *Compliance*, e permite que relatos possam ser enviados a qualquer



**BRF S.A.**

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

tempo pelas Pessoas, por meio dos diversos canais de comunicação disponíveis, assegurando o anonimato ao denunciante sempre que este desejar não se identificar.

**Colaboradores:** São todas as pessoas contratadas pela BRF, que trabalham em todos os níveis da organização, incluindo gerentes sêniores, executivos, diretores, funcionários, consultores, prestadores de serviços, estagiários, aprendizes, trainees, trabalhadores em domicílio, trabalhadores com contrato a tempo parcial e por tempo determinado e trabalhadores ocasionais.

**Concorrentes:** Empresas ou outras entidades que oferecem produtos ou serviços semelhantes e que competem pelos mesmos mercados ou segmentos de mercado em que a BRF e as empresas que compõem o seu grupo econômico atuam.

**Informações Concorrencialmente Sensíveis:** São informações que (i) não estão disponíveis publicamente; (ii) não são compartilhadas no curso normal dos negócios; e (iii) conferem vantagens competitivas a quem as recebe. Exemplos de informações concorrencialmente sensíveis incluem: preços, inclusive descontos e promoções; custos, inclusive com insumos e RH; clientes, termos e condições comerciais; margens, tendências, estratégias de negócios, planos de expansão, pipeline, entre outros.

**Lei de Defesa da Concorrência:** No caso do Brasil, a Lei Federal Brasileira nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações à ordem econômica; no caso dos demais países em que a Companhia atua, a legislação concorrencial correspondente.

**Legislação(ões) Aplicável(is):** No caso do Brasil, a legislação antitruste brasileira, que inclui, mas não se limita à Lei de Defesa da Concorrência; o Regimento Interno do CADE, conforme alterado; a Resolução nº 02/2012, conforme alterada; o Guia do CADE para Análise da Consumação Prévia de Atos de Concentração Econômica; e Guia do CADE para Programas de *Compliance*; no caso dos demais países em que a Companhia atua, a legislação concorrencial correspondente.

**Pessoas:** Todos os Colaboradores e Terceiros da BRF.

**Projetos de M&A:** Se referem a qualquer aquisição ou venda de participações integrais ou parciais de empresas, estabelecimentos ou ativos operacionais, fusões, investimentos e parcerias, incluindo operações de *joint venture*.

**Poder de Mercado:** No caso do Brasil, a Lei Federal Brasileira nº 12.529 pressupõe que um agente econômico com participação de pelo menos 20% em determinado mercado detém Poder de Mercado em tal ramo de atuação, o que pode lhe conferir capacidade de alterar unilateralmente as condições de competição por bens e serviços, caso abuse de sua posição para distorcer as características competitivas do mercado. Outras leis concorrenciais possuem definições semelhantes, que poderão ser esclarecidas pela Gerência Jurídica Internacional.

**Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência:** É composto pelo CADE e pela Secretaria de Acompanhamento Econômico – SEAE do Ministério da Fazenda, que,



**BRF S.A.**

Companhia Aberta de Capital Autorizado  
CNPJ 01.838.723/0001-27

conjuntamente, são responsáveis pela defesa da ordem econômica e promoção de uma economia competitiva no Brasil, por meio da prevenção e repressão de ações que possam limitar ou prejudicar a livre concorrência. O Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência é estruturado pela Lei Federal nº 12.529, de 30 de novembro de 2011.

**Terceiros:** São todos aqueles que prestam serviços para a BRF, possuem relação comercial com a Companhia ou atuam em seu nome ou benefício (com ou sem procuração), como clientes, fornecedores, prestadores de serviços, produtores integrados, intermediários e parceiros de negócio. Incluem-se nesse conceito também os membros dos Conselhos de Administração e Fiscal e de Comitês de Assessoramento.



***Versão Inglês / English Version***

**1 OBJECTIVE**

Establish the guidelines to be adopted by the Employees of BRF S.A. and its subsidiaries, in any country (“BRF” or the “Company”) and other professionals acting in the name of or for the benefit of the Company, regarding the prevention of economic violations in the context of interactions in (i) M&A Projects, (ii) interactions with Competitors, directly or through business associations, and (iii) the Company’s business practices, to ensure that such conduct is in full compliance with the Antitrust Law, free competition, and other Applicable Laws and Regulations.

For the purposes of this Policy, underlined terms and variations thereof shall have the meanings ascribed to them in the Glossary.

**2 APPLICABILITY**

This Policy applies to all BRF Employees as well as any Third Parties located in Brazil or any other country (together, “Persons”). All Third Parties must assure that acts performed on behalf of BRF or relating to the provision of services, supply of materials, or procurement of products for or from BRF meet the same integrity standards as those expected of BRF Employees.

**3 ROLES AND RESPONSIBILITIES**

The Compliance Department is responsible for clarifying any questions related to this Policy, for establishing the necessary procedures for its implementation, for ascertaining compliance and any violations of this Policy, for disseminating the guidelines of this document (for example, training sessions), as well as for providing support to other areas involved in processes related to this Policy. It is also mandatory that the Compliance Department keeps this Policy updated, ensuring that any changes to Applicable Laws and Regulations are reflected in the general guidelines and rules set forth in this Policy.

The Legal Department is responsible for providing support to the Compliance Department to ensure compliance with this Policy by the Employees, making itself available to answer any questions related to the Policy and the application thereof, as well as Antitrust Law and other Applicable Laws and Regulations. It is also mandatory that the Legal Department reports to the Compliance Department any suspected irregularities or noncompliance with the guidelines and general rules of this Policy of which it may become aware.



It is mandatory that all Persons know, respect, and disseminate the guidelines set forth in this Policy, as well as participate the training sessions to which they are summoned and report to the Transparency Channel any suspected violation of Applicable Laws and Regulations, the Transparency Manual, this Policy, or other BRF policies of which they become aware.

#### **4 GUIDELINES**

Competition is the dispute between rival and independent producers of goods or service providers over consumer preference. When competition for consumers is not composed of illicit arrangements between Competitors or abusive practices, society as a whole can benefit from lower prices, better products, more alternatives, and more innovation.

In Brazil, defense of competition is promoted by Federal Law No. 12,529, of November 30, 2011, which structures the Brazilian Antitrust System and provides for the prevention and repression of violations against the economic order.

In Brazil, any commercial practice that may hinder free competition may constitute an infraction against the Antitrust Law. In Brazil, by way of example, CADE is the agency responsible at the administrative level for investigating and punishing such violations, and may impose fines of up to 20% of the company's annual gross revenues in the branch of activity in which the violation occurred, as well as fines for the individuals involved. In addition, infractions may also cause civil damages, resulting in compensation in suits for damages, reputational damage, and deviation of executive focus; and in the case of cartels, the individuals involved are also subject to criminal sanction.

BRF is prepared to compete successfully in the business environment and will always do so in compliance with Applicable Laws and Regulations and its Employees must at all times ensure faithful compliance with laws and regulations and this Policy, avoiding at all costs adopting price fixing practices or any other illegal measures in order to obtain information from Competitors or improper business advantages.

In this regard, BRF points out that while this Policy is intended to provide an overview of practices prohibited by the Antitrust Law and other Applicable Laws and Regulations pertaining to Employees, the Policy is not intended to address all issues that BRF Employees may face in the various businesses in which they participate and in the various jurisdictions served by the Company, which may have different rules on the protection of free competition. If in doubt about how to proceed in a particular situation, please consult the Legal Department or the Compliance Department.

#### **4.1 INTERACTIONS IN M&A PROJECTS**

Employees who are involved in M&A Projects should avoid sharing Sensitive Competitive Information with representatives of parties involved in the project,



particularly when the recipient of the information is a Competitor of the Company. This restriction does not apply to consultants of the Company hired to advise it on such M&A Projects, provided that the exchange of information occurs after the signing of a confidentiality agreement approved by the Legal Department.

While CADE and other competition agencies recognize that any M&A Project entails some level of exchange of information between the parties involved, especially in the context of due diligence, the sharing of Sensitive Competitive Information should be limited to the minimum necessary, and Employees should seek to reduce the competitive impact of such sharing by ensuring that information is as consolidated as possible and shared with as few representatives of the other parties as possible. At the discretion of the Legal Department, it may be necessary to create a clean team, i.e., a limited group of people, whether they are representatives of the other party involved in the M&A Project or external advisors, subject to certain rules, who are entitled to review Sensitive Competitive Information. Neither advance payments nor any integration of teams, services, or products should be carried out, in order not to anticipate any effects of the M&A Projects, unless the consummation of the M&A Project has been definitively approved by CADE or the corresponding competition agencies in other jurisdictions.

The total or partial consummation of M&A Projects, including any excessive sharing of Sensitive Competitive Information, may constitute the practice of gun jumping, giving rise to liability, in Brazil, for fines, according to the Applicable Laws and Regulations, and nullity of the acts performed, in addition to the possibility of opening an administrative proceeding to investigate any offense against the economic order. Other jurisdictions establish penalties similar to those in Brazilian laws and regulations. If in doubt, please consult with International Legal Management.

## **4.2 INTECATIONS AND AGREEMENTS WITH COMPETITORS**

Antitrust Law and other Applicable Laws and Regulations prohibit agreements between Competitors that have the intention or effect of preventing, restricting, or distorting competition, or sharing Sensitive Competitive Information. This prohibition is broad and encompasses any kind of agreement, whether oral or written, explicit or tacit, formal or informal, and such agreement between Competitors is always considered unlawful, even if it is not implemented or has no effect.

In this sense, BRF Employees should not approach Competitors to discuss, formally or informally, any variables that make up the prices of their products, whether for increasing or decreasing the prices of common products, granting discounts, establishing minimum selling prices, establishing ranges where prices should be maintained, or even establishing a price readjustment value or percentage.

Employees must also not enter into agreements aimed at dividing and/or maintaining customer bases by territory, product type, or customer profile. In addition, agreements for limiting the production, capacity, or volume of products to be offered for sale are prohibited.





Finally, in the context of product distribution agreements, or any other agreements with Competitors, caution should be exercised in order that there be no provision, exchange, or receipt of Sensitive Competitive Information that goes beyond the context of any lawful agreement.

### **4.3 INTECATIONS WITH COMPETITORS THROUGH ASSOCIATIONS**

In addition to the considerations outlined above, special care should be taken in interactions with Competitors through associations. CADE and other competition authorities around the world recognize that class associations (such as unions, federations, etc.) play an important role in society, as they organize and represent legitimate interests and create spaces for discussion of solutions to problems common to members, such as changes in industry regulations. However, these environments are also conducive to discussions that go beyond the legitimate functions of these associations, as they provide an opportunity for formal and informal meetings between Competitors and, for this reason, may expose the Employees, BRF itself, and the other companies within its economic group to the risk of suspicion of anticompetitive practices.

The Employees authorized to attend trade association meetings should take the following precautions in order to mitigate competitive risks:

- Recommend to the association that all meetings always be preceded by an invitation, with a clear and precise agenda.
- Review the meeting agenda in advance and, if any of the topics involve sharing Sensitive Competitive Information, recommend to the association their exclusion from the agenda.
- In the event of inappropriate discussions during an association meeting, intervene immediately by advising participants that the topic should not move forward, therein making sure that the recommendation is recorded in the minutes and withdrawing from the meeting, therein requesting also that their departure also be registered.
- Ensure that the minutes of the association's meetings contain all the discussions in order to demonstrate their legality and keep the respective document on file.
- Never enter into agreements with Competitors, express or implied, with or without interference from a class association, including, but not limited regarding price leveling, costs, performance or sales, standard contract terms, compensation, or market division (by region or by customer). In this sense, engaging in legally prohibited discussions it is not allowed even if they are "officially approved" by the group hosting the meeting or the people attending.
- Take extreme care in providing Sensitive Competitive Information requested by the association in order to carry out projects of common interest, including for market diagnosis purposes or in response to requests from competent authorities. In such situations, one should recommend to the association that it collects historical data with



the greatest frequency possible (at least one year). Employees should never provide or receive the information requested directly from Competitors. Ideally, the association responsible for the project should hire an independent consultancy for the individualized receipt and confidential treatment of the information requested. If this is not possible, the association should be directed to adopt personnel from its own staff, completely unrelated to the market players. In addition, in any situation, it is recommended that those involved in the project enter into confidentiality agreements, with a penalty for breach. It is also essential to ensure that the project results provide aggregated or consolidated information, that is, without the possibility of identifying each company participating, and also that the content thereof may be accessed by the general public under reasonable conditions, when possible.

- Not adopt or encourage any type of initiative to: (i) fix prices, even if indicative or suggestive, including when related to the payment of commissions of agents acting in other links of the production chain; (ii) boycott Third Parties; or (iii) exclude a Competitor or Third Parties.

- In the event of suspicion of discussions or actions within the association that are capable of infringing on the Antitrust Law or other Applicable Laws and Regulations, immediately report the events to the Compliance Department and the Legal Department. Projects with the joint participation of Competitors must also be submitted in advance to the Legal Department.

Finally, Employees must not participate in associations whose sole purpose is coordination between Competitors or any other unlawful purpose and shall not participate in any trade association without the prior agreement of the Corporate Affairs Department, after consideration of the respective purpose and importance. In this sense, participation in associations that do not contain clear and precise rules on admission, exclusion, and application of penalties to their members should also be avoided.

To learn more about BRF's interaction with class associations, please refer to the Trade Associations and Organizations Corporate Norm.

#### **4.4 RELATIONSHIP WITH THIRD PARTIES**

Free competition allows companies to generally choose their Third Parties freely, as well as the business conditions of their relations with them. Nonetheless, business practices with Third Parties may be considered violations of the economic order if they entail abusive restrictions on competition. In assessing the conformity of a commercial practice with the Antitrust Law and other Applicable Laws and Regulations, in the case of Brazil, CADE and other competition authorities around the world will analyze the Market Power of the companies involved, the competition problems arising from the practice, and the existence of commercially legitimate justifications for such conduct. The competition agencies of the countries in which BRF operates will take similar measures in order to evaluate this commercial practice.



Considering that BRF has Market Power in most of the fields in which it operates, any BRF business practice involving its Third Parties that has the potential to restrict competition should be solidly justified in order to demonstrate its economic rationality, its efficiencies, and/or other beneficial effects for the end consumer.

Among the possible behaviors involving actions vis-à-vis Third Parties, we highlight that the following practices deserve greater care by Employees due to potential competitive risks:

a) Resale Price Fixing

Resale price fixing is not necessarily unlawful, but often has the potential to produce anti-competitive effects and implementation thereof should be carefully considered by the Legal Department.

Resale price fixing occurs when the producer sets the final price, the minimum resale price, the profit margin, and/or the maximum discount level used by its distributors/dealers, either by a clear determination or by applying incentives or sanctions.

Making distributor advantages conditional on adhering to a resale price or requiring some proportion between the resale price of distributors and the price charged by Competitors may also be classified as resale price fixing. On the other hand, the mere suggestion or recommendation of prices, without sanction mechanisms for non-compliance, does not violate the Antitrust Law and other Applicable Laws and Regulations.

b) Exclusive Supply/Distribution Agreement

Agreements that restrict the ability of Third-Party customers to do business with BRF's Competitors may also give rise to competitive concerns and, therefore, implementation thereof should be carefully considered.

Agreements whereby Third-Party are expressly required to purchase only BRF products or have strong incentives to do so are exclusive. Agreements that stipulate a minimum purchase quota (in volume or percentage of Third-Party purchases) may also have exclusivity implications.

Considering that BRF holds Market Power in most of the fields in which it operates, exclusivity agreements with Third Parties should be entered into only when based on sound economic justification and limited to strategic Third Parties, ensuring that BRF's Competitors are not deprived of access to Third Parties.

Given the sensitivity of the issue, the execution of contracts or agreements with Third Parties involving Resale Price Fixing, an Exclusive Supply/Distribution Agreement (Exclusivity Provision), or other practices in the relationship with Third Parties must be previously submitted to the Legal Department for review.



#### **4.5 ABUSE OF A DOMINANT POSITION**

In addition to the conduct outlined above, which includes collusion with Competitors and practices potentially harmful to Third Parties, CADE and other competition authorities around the world are also investigating other conduct by companies that have Market Power and may be harmful for competition.

Companies that hold Market Power, such as BRF, have specific responsibilities under the Antitrust Law, as their business practices have the greatest potential to harm competition. Thus, some behaviors that would be perfectly lawful for smaller companies may be interpreted as abusive when adopted by companies with Market Power. Such practices include, but are not limited to:

##### a) Predatory Pricing

Predatory pricing occurs when a company with Market Power lowers selling prices below certain cost parameters in order to eliminate rivals (and potential entrants) from the market in order to later raise prices again and make higher profits in the market in the medium/long term.

Predatory pricing, however, is not to be confused with dumping. Dumping is a common practice in international trade, whereby an economic agent offers a lower price than that charged in the country of origin of the product.

Only a detailed analysis of the prices, costs, and other conditions of the market affected can determine whether the practice actually constitutes predatory pricing or whether the company is only more efficient than other Competitors and is engaged in fierce but lawful price competition.

##### b) Joint Selling

Joint selling is when a producer conditions the purchase of a particular good or service on the purchase of a second good or service, such as, for example, limiting the purchase of product “A” only if the customer purchases product “B”. It may also occur via the granting of a significant discount to the customer who purchases the “package,” thus discouraging the purchase of a product or service in isolation. This practice causes a leverage in the Market Power of a company to dominate over Competitors.

##### c) Refusal to do Business

There is refusal to do business when a company refuses to sell a good or provide services to an existing or potential customer on regular business terms without reasonable justification, thus restricting its ability to compete in the market. For this reason, any refusal to sell or distribute products must be based on legitimate and pro-competitive business reasons, such as the inability of the trading partner to meet quality/performance standards or credit difficulties.



d) Loyalty Discounts

The granting of discounts or other advantages conditioned on the volume/frequency of purchases, or based on such Third Party's revenues, is a practice that is carefully reviewed by CADE and other antitrust authorities around the world. While loyalty discounts may be positive, by lowering the final price for a Third Party and preserving lasting relationships, this practice may induce exclusivity as it seeks to have all or most of the Third Party's demand supplied by its products and, therefore, may be able to eliminate Competitors.

The implementation of relationship programs and loyalty programs is perfectly lawful and may bring about various benefits for competition. However, such business measures should be subject to review by the Compliance Department and the Legal Department in order to minimize the risk of being interpreted as anti-competitive. In particular, discounts applied to such programs should always be linear rather than exponential (i.e., grow proportionally as customers and distributors purchase more products).

e) Price Discrimination and Other Differential Treatment

There is discrimination when the producer uses its Market Power to arbitrarily set different prices and conditions for the same product or service, thereby discriminating against Third Parties that are in similar conditions. This type of differential treatment has the potential to create anticompetitive disadvantages for Third Parties and should therefore be based on objective justifications, such as higher charges for partners with a higher credit risk.

Finally, considering that BRF has Market Power in most of the fields in which it operates, the implementation of the business practices listed above should always be carefully reviewed and weighed against possible competition problems and economic justifications. If in doubt, the Compliance Department and the Legal Department should be consulted for guidance. All criteria adopted by BRF to define business practices must be recorded.

#### **4.6 NON-COMPLIANCE OF THIS POLICY**

The persons for whom this Policy is intended are advised that breach thereof, as well as breach of Applicable Laws and Regulations and other BRF policies, such as the BRF Transparency Guide, may be subject to internal disciplinary procedures as per a Consequence Norm, without prejudice to any applicable legal measures.

Any omissions or exceptions to this Policy shall be reported and resolved on by the Compliance Department and/or the BRF Transparency Committee, as appropriate.

In addition, seeking to uphold the Company's ethical standards and monitor business relationships with Third Parties, as well as assist in the prevention and detection of all forms of Corruption, BRF supports and encourages the Persons to report any practices



that may represent a violation or potential violation of this Policy, the Integrity System, or those that are in violation of applicable Brazilian and foreign laws and regulations.

Complaints should be submitted to the Transparency Channel, made available by BRF at the domains below.

- <https://www.brf-global.com/sobre/etica-e-integridade/canal-de-transparencia/>
- [www.compliance.brf.com](http://www.compliance.brf.com)

It is possible to submit complaints via telephone, website, or e-mail. In countries where laws and regulations so permit, anonymous complaints are also possible.

When submitting a report, complainants should submit as much detail as they are aware of in order to assist in the investigation.

BRF strongly condemns any form of retaliation against whistleblowers who have filed a complaint in good faith and with responsibility, even if their complaint proves to be unfounded, as set forth in the Reporting to the Transparency Channel Corporate Policy.

BRF, through the Compliance Department, undertakes to investigate complaints received independently, cautiously, and responsibly, in a fair and impartial manner, and to take appropriate disciplinary and/or legal action, when necessary.

## **5 REFERENCE DOCUMENTS**

### **5.1 ANTITRUST LAWS AND REGULATIONS**

- Federal Constitution, Economic Order (articles 170 to 181).
- Brazilian Federal Law No. 12,529, which structures the Brazilian Antitrust System and provides for the prevention and repression of violations against the economic order.
- Internal Rules of CADE, as amended.
- Resolution No. 2, of May 29, 2012, as amended.
- CADE Guide for Review of Prior Consummation of Acts of Economic Concentration.
- CADE Guide to Compliance Programs.

### **5.2 INTERNAL REFERENCE POLICIES (BRF POLICIES)**

- CE 01.1.100 – *Manual de Transparência da BRF* / BRF Transparency Guide.



- CE 01.1.102 – *Código de Conduta de Parceiros de Negócio da BRF / Code of Conduct for BRF Business Partners.*
- CP 28.1.001 – *Política Corporativa de Brindes, Presentes e Hospitalidade / Gifts, Presents and Hospitalities Corporate Policy.*
- CP 28.1.002 – *Política Corporativa de Denúncias ao Canal de Transparência / Corporate Policy of Reporting to the Transparency Channel.*
- CP 28.1.004 – *Política Corporativa de Doações e Patrocínios / Donations and Sponsorships Corporate Policy.*
- CP 28.1.005 – *Política Corporativa de Conflito de Interesses / Conflict of Interests Corporate Policy.*
- *Política Corporativa de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento ao Terrorismo.*
- *Política Corporativa de Prevenção a Práticas Anticoncorrenciais.*
- *Política Corporativa de Licitações e Contratos com o Poder Público.*
- CN 28.1.008 – *Sistema de Integridade / Integrity System.*
- CN 28.3.003 – *Diretrizes para Aplicação de Consequências.*
- *Norma Corporativa de Projetos de M&A / M&A Projects Corporate Norm.*
- *Norma Corporativa de Associações e Entidades de Classe / Trade Associations and Organizations Corporate Norm.*

## **6 FINAL PROVISIONS**

This document is valid as from the date of its issue and shall be modified at any time and discretion.

Individuals violating these rules will be subject to the legal/disciplinary applicable measures, to be determined by the BRF competent administrators.

It will be incumbent upon the editor area to clarify any possible doubts, establish the procedures required for implementation, checking and dissemination of the rules mentioned in this document.

## **7 APPROVALS**



<b>RESPONSIBLE</b>	<b>AREA / DEPARTMENT</b>
<b>DRAFTING</b>	Compliance Department
<b>APPROVAL</b>	Transparency Committee

## **GLOSSARY**

**Antitrust Law:** In the case of Brazil, Brazilian Federal Law No. 12,529, of November 30, 2011, which structures the Brazilian Antitrust System and provides for the prevention and repression of violations against the economic order; in the case of other countries in which the Company operates, the corresponding competition laws and regulations.

**Applicable Law(s) and Regulations(s):** In the case of Brazil, Brazilian antitrust law, which includes, but is not limited to, the Antitrust Law; CADE's Internal Rules, as amended; Resolution No. 02/2012, as amended; CADE's Guide to Review of Prior Consummation of Acts of Economic Concentration; and CADE's Guide to Compliance Programs; in the case of other countries in which the Company operates, the corresponding competition laws and regulations.

**Brazilian Antitrust System:** Is composed of CADE and the Bureau for Economic Monitoring – SEAE of the Ministry of Finance, which, together, are responsible for defending the economic order and promoting a competitive economy in Brazil through prevention and repression of actions that may limit or impair free competition. The Brazilian Antitrust System is structured by Federal Law No. 12,529, of November 30, 2011.

**BRF or the Company:** Refers to BRF S.A., as well as all of its Brazilian or international subsidiaries.

**CADE:** Administrative Council for Economic Defense [*“Conselho Administrativo de Defesa Econômica”*].

**Competitors:** Companies or other entities offering similar products or services that compete for the same markets or market segments in which BRF and the companies in its economic group operate.

**Employees:** Are all people employed by BRF who work at all levels of the organization, including managers, senior executives, executives, directors, employees, consultants, service providers, interns, apprentices, trainees, home workers, part-time workers and workers for a fixed term, and occasional workers.

**Market Power:** In the case of Brazil, Brazilian Federal Law No. 12,529 presupposes that an economic agent with a stake of at least 20% in a given market holds Market Power in such a line of business, which may give it the ability to unilaterally change the conditions





**BRF S.A.**  
Companhia Aberta de Capital Autorizado  
CNPJ 01.838.723/0001-27

of competition for goods and services if it abuses its position in order to distort the competitive characteristics of the market. Other competition laws have similar definitions, which may be clarified by International Legal Management.

**M&A Projects:** Refers to any acquisition or sale of full or partial equity interests in companies, places of business establishments, or operating assets, mergers, investments, and partnerships, including joint venture operations.

**Persons:** All BRF Employees and Third Parties.

**Sensitive Competitive Information:** This is information that (i) is not publicly available; (ii) is not shared in the ordinary course of business; and (iii) confers competitive advantages on those who receive it. Examples of competitively sensitive information include: pricing, including discounts and promotions; costs, including inputs and HR; customers, terms and conditions of deals; margins, trends, business strategies, expansion plans, and pipeline, among others.

**Third Parties:** Are all those who provide services to BRF, have a business relationship with the Company, or act on its behalf or for its benefit (with or without power of attorney), such as customers, suppliers, service providers, integrated producers, brokers, and business partners. This concept also includes the members of the Board of Directors and the Audit and Advisory Committees.

**Transparency Channel:** Is an independent channel, managed by a third party and/or the Compliance Department and allows reports to be sent at any time by the Persons, through the various communication channels available, ensuring anonymity to whistleblowers whenever they wish not to identify themselves.