Política Corporativa de Prevenção a Práticas Anticoncorrenciais

Versão Português

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 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 concorrencialmente 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,

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 nivelação 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

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

RESPONSÁVEL	**ÁREA**
ELABORAÇÃO	Diretoria de Compliance
APROVAÇÃO	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 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, 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.