

**OBJETO: NORMALIZACIÓN DE
NOVA PARTICIPAÇÕES**

**TÍTULO: POLÍTICA DE INTEGRIDAD
RELACIÓN CON COMPETIDORES**

REV	FECHA	DESCRIPCIÓN Y/O REVISIÓN DE LAS	ELAB.	VERIF.	APROB.
0	29/06/2019	Emisión Inicial - Migración del Procedimiento de integridad M0-PI-0001 para Política de Integridad M0-PC-0001 y revisión general del documento.	CFR	AdCS	YF
A	22/10/2019	Sustitución del logotipo y razón social de la empresa.	BSL	WLC	YF
B	24/08/2020	Inclusión de la Leyenda de Responsables.	CFR	AdCS	YF
C	03/11/2022	Revisión del punto 4.5 reforma al Canal Ético.	CFR	AdCS	YF

Leyenda de responsables		
Sigla	Nombre Completo	Función
YF	Yoshiaki Fujimori	Director Presidente
AdCS	Adjair da Cunha dos Santos	Director de Gobierno e Integridad
WLC	Wagner Luna Cavalcante	Coordinador del SIG
CFR	Camila Franciele Righetti	Coordinadora de Compliance
AMR	Alisson Martins Rodrigues	Analista de Compliance
BSL	Bruna Sabina Lucio	Analista de la Calidad

ÍNDICE	PÁG.
1 - OBJETIVO	4
2 - NORMAS COMPLEMENTARIAS.....	4
2.1 - DE NOVA PARTICIPAÇÕES.....	4
2.2 - NACIONALES.....	4
2.3 - INTERNACIONALES.....	4
2.4 - TÉRMINOS Y DEFINICIONES.....	4
3 - ALCANCE.....	5
4 - DESCRIPCIÓN	5
4.1 - INFRACCIONES A LA ORDEN ECONÓMICA.....	6
4.2 - DIRECTRICES ESPECIALES	7
4.3 - INFRACCIONES Y SANCIONES	9
4.4 - COMUNICACIÓN, CAPACITACIÓN Y DUDAS	9
4.5 - CANAL DE ÉTICA	9
5 - VIGENCIA	10

1 - OBJETIVO

Esta Política tiene el objetivo de establecer requisitos generales para la relación con la competencia, con la finalidad de reducir riesgos y cohibir, en lo que sea posible, prácticas anticompetitivas en la conducción de negocios de Nova Participações internamente o con Socios que hacen uso de artificios dudosos, irregulares, antiéticos o ilegales para, entre otras actividades previstas en la Ley de Defensa de la Competencia y reglamento relacionado aplicable, restringir la producción, aumentar los precios, restringir o concentrar mercado, formar cartel o cualesquier otras prácticas que desalienten o causen dificultades a otras personas jurídicas a entrar en el mercado, perjudicando la libre competencia y las relaciones con el consumidor.

2 - NORMAS COMPLEMENTARIAS

Las siguientes políticas, normas y procedimientos deben ser utilizados en su última revisión o en complemento a las leyes, normas técnicas estándares y requisitos contractuales.

2.1 - De Nova Participações

- M0-NA-0030- Código de Ética y Conducta;
- M0-PC-0005 - Medidas Disciplinarias.

2.2 - Nacionales

- Ley nº 12.529/2011 - Ley de prevención y represión a las infracciones contra la orden económica - Ley de Defensa de la Competencia, estructuración del Sistema Brasileño de Defensa de la Competencia y reglamentación aplicable;
- Ley Nº 12.846/2013 – Ley de la Empresa Limpia o Ley Anticorrupción Brasileña y reglamentación aplicable;

2.3 - Internacionales

Leyes aplicables del país donde exista actuación de Nova Participações o del Socio.

2.4 - Términos y Definiciones

Para fines de esta Política, algunos términos deben ser entendidos de la siguiente forma:

- “Trust”: Prácticas anticompetitivas que utilizan medios dudosos, cuestionables, irregulares, antiéticos o ilegales para, entre otras actividades, aumentar su poder económico y de mercado, ya que buscan restringir la producción, aumentar los precios, restringir o concentrar mercado, formar cartel o cualesquier otras prácticas que desalienten o perjudiquen a otras entidades jurídicas a entrar en el mercado, eliminando la competencia, sin atraer nuevos competidores, y practicando demás actos que perjudican la libre competencia;
- “Antitrust”: Acciones, actividades y prácticas que buscan frenar y mitigar los riesgos relacionados con el “trust”, garantizando la libre competencia y evitando infracciones del orden económico;
- Carteles: son acuerdos, explícitos o tácitos, entre competidores y/o socios de un mismo mercado, con relación a precios, cuotas de producción y distribución o división territorial

del mercado, con el objetivo de incrementar precios y ganancias de manera conjunta a los niveles próximos a los del monopolio. La principal característica del cartel es la combinación, el acuerdo, la colusión entre los competidores y/o socios;

- Orden económica: es el conjunto de normas escritas en ley o no, jurídicas o no que regulan el comportamiento de los agentes económicos. Tiene por fundamento la libre iniciativa y la valoración del trabajo humano, buscando una existencia digna para todos y la justicia social;
- Libre competencia: Libertad de competir de una manera correcta y honesta, sin admitirse impedimentos artificiales o ilegales a la entrada de nuevas empresas en el mercado o al desarrollo de la actividad empresarial o comercial, siendo la reglamentación de la economía necesaria a la libertad de acceso al mercado, para que no haya perjuicio del mismo mercado y de la competencia;
- Libre iniciativa: implica el libre ejercicio de cualquier actividad económica, la libertad de ejercicio de cualquier trabajo, oficio y profesión - Establecida la garantía de derecho individual - corresponde la libertad de elección según la vocación individual, la falta de interferencia del Estado en este aspecto;
- Agente Económico: es toda entidad con autonomía, capaz de realizar operaciones económicas y de poseer valor económico. El Agente Económico puede ser una familia, una empresa, una institución financiera o hasta la administración pública, que, a través de sus decisiones y acciones, tomadas racionalmente, influyan de alguna forma la economía;
- Posición dominante: siempre que una empresa o grupo de empresas es capaz de alterar unilateral o coordinadamente las condiciones de mercado o cuando controla el 20% o más del mercado relevante;
- Culpa: En el Derecho Penal, cuando el Agente provocó el resultado por imprudencia, negligencia o imprudencia. Entonces puede definirse como la omisión voluntaria de diligencia en calcular las posibles y previsibles consecuencias del mismo hecho;
- Dolo: En el Derecho Penal, cuando el agente quiso el resultado o asumió el riesgo de producirlo.

3 - ALCANCE

Esta política abarca todas las empresas de Nova Participações, sus colaboradores, sean personas físicas o jurídicas y en cualquier nivel jerárquico, sin excepciones, los cuales deben actuar para asegurar el cumplimiento de esta política por el Público de Interés y demás terceros que actúen ante entidades públicas o privadas, directa o indirectamente, para el interés o beneficio de Nova Participações.

4 - DESCRIPCIÓN

Los negocios de Nova Participações se deben conducir por el principio de la libre competencia.

Todas las informaciones de mercado y de competidores, legítimas y necesarias al negocio, deben obtenerse por medio de prácticas transparentes e idóneas, sin admitirse su obtención por medios ilícitos.

4.1 - Infracciones a la Orden Económica

De acuerdo con lo previsto en la legislación que trata del tema, las diversas formas de infracción de la orden económica implican en la responsabilidad de la empresa y de sus representantes o administradores, de forma solidaria.

De esta forma, constituyen infracción a la orden económica cualquier acto que tenga objeto o que puedan producir los siguientes efectos, incluso cuando no se consuman:

- limitar, falsear o cualquier forma de perjudicar la libre competencia o la libre iniciativa;
- dominar el mercado relevante de bienes o servicios. Siendo que la conquista de mercado de buena fe, es decir, resultante del proceso natural, fundado en la mayor eficiencia del agente económico con relación a los competidores, no configura ilícito;
- aumentar arbitrariamente las ganancias;
- ejercer de forma abusiva la posición dominante;
- acordar, combinar, manipular o ajustar con el competidor, bajo cualquier forma: (i) Los precios de bienes o servicios ofrecidos individualmente; (ii) la producción o comercialización de una cantidad restricta o limitada de bienes o la prestación de un número, volumen o frecuencia restricta o limitada de servicios; (iii) la división de partes o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes o servicios, entre otros, mediante la distribución de clientes, proveedores, regiones o períodos; (iv) precios, condiciones, ventajas o abstención en licitación pública;
- promover, obtener o influir la adopción de conducta comercial uniforme o concertada entre competidores;
- limitar o impedir el acceso de nuevas empresas al mercado;
- crear dificultades en la formación, funcionamiento o al desarrollo de la empresa competidora o del proveedor, comprador o financiador de bienes o servicios;
- impedir el acceso del competidor a las fuentes de insumo, materias primas, equipos o tecnología, así como a los canales de distribución;
- exigir o conceder exclusivamente para divulgación de publicidad en los medios de comunicación de masa;
- utilizar medios engañosos para provocar la oscilación de precios de terceros;
- regular mercados de bienes o servicios, estableciendo acuerdos para limitar o controlar la investigación y el desarrollo tecnológico, la producción de bienes o prestación de servicios, o para dificultar inversiones destinados a la producción de bienes o servicios o a su distribución;
- imponer, en el comercio de bienes o servicios, a distribuidores, minoristas y representantes precios de reventa, descuentos, condiciones de pago, cantidades mínimas o máximas, margen de ganancia o cualesquier otras condiciones de comercialización relacionados a los negocios de estos con terceros;
- discriminar compradores o proveedores de bienes o servicios por medio de la fijación diferenciada de precios, o de condiciones operacionales de venta o prestación de servicios;
- recusar la venta de bienes o la prestación de servicios, dentro de las condiciones de pago normales a los usos y costumbres comerciales;

- dificultar o romper la continuidad o desarrollo de relaciones comerciales de plazo indeterminado en razón de la recusa de la otra parte en someterse a cláusulas y condiciones comerciales injustificables o anticompetitivas;
- destruir, inutilizar o apoderarse de materias primas, productos intermedios o acabados, así como destruir, inutilizar o dificultar la operación de equipos destinados a producirlos, distribuirlos o transportarlos;
- apoderarse o impedir la exploración de derechos de propiedad industrial o intelectual o de tecnología;
- vender mercancía o prestar servicios injustificadamente por debajo del precio de costo;
- retener los bienes de producción o de consumo, excepto para garantizar la cobertura de los costos de producción;
- cesar parcial o totalmente las actividades de la empresa sin justa causa comprobada;
- subordinar la venta de un bien a la adquisición de otro o al uso de un servicio, o subordinar la prestación de un servicio al uso de otro o a la adquisición de un bien; y
- ejercer o explorar derechos de propiedad intelectual, industrial, tecnología o marca.

Las legislaciones antimonopolios son específicas y complejas, por lo tanto, si existe duda o cualquier señal de alerta, consulte el área de Ética e Integridad, antes de actuar o tomar una decisión.

4.2 - Directrices Especiales

Todos los empleados y terceros deben estar atentos en el cumplimiento integral del Código de Ética y Conducta de Nova Participações que expresa el deber de todos, establecidos así, pero no limitados a:

- celar por la competencia leal y no comprometerse con actividades o negocios lesivos al consumidor, a la administración pública o a la sociedad;
- no relacionarse con competidores y/o socios, objetivando acuerdos en lo referente a precios, capacidades de producción, repartición de mercado, territorios de venta o programas de producción y actitudes que eliminen la competencia sana;
- no establecer acuerdos con competidores y/o socios en el sentido de no competir, restringir negocios con proveedores, presentar ofertas ficticias en el ambiente de propuestas o repartir clientes, mercados, territorios o programas de producción;
- no obtener y no usar informaciones confidenciales de competidores y/o socios.

De esos requisitos se desprende, que todos los empleados y terceros deben seguir algunas directrices especiales, cuando se encuentren con situaciones que podrían suponer riesgos a la empresa. Por lo tanto, siempre:

- sea cuidadoso en reuniones de Asociaciones de Clase, en Ferias de Negocios y donde encontrar competidores y/o socios;
- en reuniones con participación de competidores y/o socio verifique la invitación, la agenda, procure ir siempre acompañado de un testigo y, al final, el acta de la reunión, para certificarse que nada ha perjudicado o perjudicará los principios de este procedimiento;

- salga de la reunión, si el debate se dirige a temas que puedan perjudicar la competencia o se caracterizan por prácticas inadecuadas, con relación a temas antitrust, y comunique al Gerente del área de Ética e Integridad;
- en el caso que usted reciba documentos no solicitados con contenido crítico de los competidores y/o socios, inmediatamente entre en contacto con el Gerente del área de Ética e Integridad;
- si algún competidor comience a hablar sobre el precio, mercado o clientes, interrumpa inmediatamente la conversación, pida para constar en el acta su negativa a participar de la reunión por infringir la defensa de la competencia e informe el hecho al Gerente del área de Ética e Integridad;
- si su negocio se puede configurar como posición dominante en el mercado o pueda imponer restricciones de competencia, consulte el área de Ética e Integridad y Legal para entender el modelo de negocio y analizar eventuales contratos, de modo a garantizar que no se está infringiendo ningún precepto de las políticas y legislación antitrusts o antimonopolio;
- consulte el área de Ética e Integridad y Jurídica, siempre que exista duda;
- denuncie todas las posibles violaciones de prácticas o procedimientos con relación a las leyes de competencias, actitudes inadecuadas de nuestros empleados y terceros, mala conducta o infracciones de las leyes.

Otras directrices importantes. Evite:

- conversar con los competidores y/o socios, a menos que usted tenga una razón fuerte y justificable del negocio y que el tema no viole la Ley de Defensa de la Competencia;
- discutir o intercambiar informaciones con competidores y/o socios, tales como:
 - precios de venta (margen, descuentos y costes);
 - estrategia de Ventas, participaciones en ofertas y licitaciones;
 - capacidad de producción;
 - nuevos productos; Investigación & Desarrollo (I&D).
- concordar y/o discutir sobre estrategias e informaciones de compras y acciones relacionadas a actividades de “marketing”;
- participar de reuniones solamente con competidores y/o socios, sin que exista un elemento independiente y que usted confíe (por ejemplo, un miembro de una Asociación de Clase o Cámara de Comercio, un especialista técnico de una Universidad u órgano normativo, una ONG de reputación fiable, etc.).

Finalmente, acciones que no son toleradas y jamás deben ser practicadas:

- entrar en carteles (fijar precios, asignar clientes o territorios o manipular propuestas con los competidores);
- utilizar informaciones privilegiadas del competidor y/o socios para obtener una ventaja indebida (informaciones del competidor y/o socios sólo pueden ser utilizadas si es de dominio público);
- imponer a socios la compra exclusiva u obligaciones de suministro, garantía de descuentos de fidelidad, cobro de precios excesivos, o discriminación entre clientes

(excepto si existe una razón clara y que pueda ser justificada), principalmente, si la empresa tiene una posición fuerte en el mercado, por ejemplo: 20% o más de participación en el mercado;

- participar en una licitación fraudulenta (acuerdos de subcontrataciones de obras y servicios, de tal forma de beneficiar a empresas competidoras, implicando directamente la precificación en competidoras o licitaciones);
- cometer cualquier acto que pueda herir los principios de la competencia leal y justa.

4.3 - Infracciones y Sanciones

Todos los informes de presuntas violaciones de esta Política son investigados inmediatamente y de forma apropiada. Si, después de la investigación, se verifica que ocurrió una conducta que viole las reglas de esta Política, se toman medidas correctivas inmediatas y ejemplares, siempre de acuerdo con las circunstancias, gravedad y la ley aplicable, de acuerdo con lo previsto en el Código de Ética y Conducta de Nova Participações.

Además de las sanciones en el ámbito interno de Nova Participações, la práctica de infracción del orden económico somete a los responsables por los actos a las penas previstas en ley y en la Política de Medidas Disciplinarias.

4.4 - Comunicación, Capacitación y Dudas

Nova Participações mantiene un plan de comunicación y capacitación periódica y constante para sus Empleados con la finalidad de divulgar y concienciar la importancia del cumplimiento de las reglas de esta Política.

Es de responsabilidad de todos los Líderes de Nova Participações divulgar a sus liderados el contenido de esta Política y concienciarlos sobre la importancia de su observancia e incentivarlos a presentar dudas o preocupaciones con su aplicación.

Cualesquier situaciones, excepciones y/o aclaraciones sobre la aplicación de esta Política pueden ser enviadas para el "correo electrónico" del área de Ética e Integridad (compliance@novaengevix.com.br).

4.5 - Canal de Ética

Es fundamental que todas las personas cubiertas por esta Política denuncien inmediatamente cualesquier actos o sospechas que violen esta Política y/o el Código de Ética y Conducta. En este sentido, colocamos a disposición el Canal de Ética:

- Sitio web: <http://www.novaparticipacoes.com/>;
- Sitio: www.canaldeetica.com.br/novaparticipacoes;
- Teléfono: 0800 300 4721 - 24 horas al día.

Este canal es operado por una empresa especializada, garantizando aún más confidencialidad y seguridad. No es necesario identificarse al utilizar el canal, pero es fundamental actuar con responsabilidad al efectuar relatos, que deben ser coherentes y verídicos.

No está permitida o tolerada cualquier forma de represalia contra las personas que por ventura realicen denuncias de buena fe o quejas de violación de esta Política o ley anticorrupción.

5 - VIGENCIA

Esta Política entra en vigencia en la fecha de su divulgación.