1. OBJETIVO

O objetivo desta Norma é prevenir a ocorrência de infrações à legislação de defesa da concorrência vigente, as quais devem ser integralmente evitadas, bem como instruir tanto o público interno, quanto externo que atuam em nome da Companhia como identificá-las e evitá-las, apresentar as responsabilidades de cada agente no processo de identificação e prevenção de tais atos e atividades e as consequências para a Companhia e para cada um dos indivíduos envolvidos. Esta Norma se aplica a todas as Companhias.

2. DEFINIÇÕES E SIGLAS

Companhia(s): InterCement Participações e empresas por ela controladas, direta ou indiretamente. **Esta Norma não será aplicável caso a Companhia local disponha de diretrizes próprias sobre o tema.**

Concorrência: Processo empreendido por determinados agentes econômicos que se caracteriza pela busca de vantagens (diferenciação) obtidas por meio de estratégias deliberadas com o objetivo de gerar ganhos, ainda que temporários.

Concorrentes: Empresa que disputa o mesmo mercado ou público-alvo com o mesmo tipo de produto.

Condutas Anti-Competitivas: São atos que visam ou têm potencial de eliminar ou, de qualquer forma, limitar a livre concorrência, podendo ser divididas em dois grupos: Condutas Colusivas e Condutas Exclusionárias.

Condutas Colusivas: São acordos ou entendimentos entre concorrentes com o objetivo ou efeito de reduzir/eliminar a concorrência para obtenção de vantagens econômicas indevidas.

Condutas Exclusionárias: São situações: i. em que a empresa em posição dominante no mercado atua de forma e excluir seus concorrentes do mercado, ou seja, restringe ou impede o acesso efetivo dos concorrentes atuais ou potenciais às fontes de abastecimento ou aos mercados; ii. acordos entre produtores/fornecedores e revendedores/distribuidores que têm por objetivo excluir concorrentes por meio da elevação dos custos de concorrentes efetivos ou de barreiras à entrada de potenciais concorrentes.

Entidade: Comunidades, organismos públicos ou privados, associações, institutos, sindicatos ou qualquer outra organização criada para desenvolver atividades financeiras, culturais, laborais ou políticas.

Informações Concorrencialmente Sensíveis: São informações de negócio que possam influenciar a atuação dos concorrentes no mercado, ou seja, são informações estratégicas e confidenciais sobre: preço, descontos, custos, margens de lucro, planos comerciais e de marketing, planos de investimentos e lançamento de novos produtos.

Lei de Crimes Contra a Ordem Econômica: Lei 8.137/1990 que define crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, e dá outras providências.

Lei de Defesa da Concorrência: Lei 12.529/2011 que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica. As leis de defesa da concorrência têm como objetivo promover competição justa em todos os mercados. Tais leis proíbem a adoção de condutas que restrinjam a produção, a inovação, ou que resultem em aumento do nível geral de preços em oposição aos interesses dos consumidores.

Lei de Licitações e Contratos: A Lei nº 14.133/2021, estabelece normas gerais de licitação e contratação para as Administrações Públicas da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Livre Concorrência: É a situação de um mercado em que os diferentes produtores/vendedores de um determinado bem, produto ou serviço atuam de forma independente em relação aos compradores/consumidores/fornecedores, para alcançar o objetivo do seu negócio. No ambiente de livre concorrência, as empresas são impulsionadas a operar eficientemente, estimulando inovação tecnológica e ampliando a disponibilidade de produtos, bens e serviços melhores para o consumidor.

Profissional(is): Todos aqueles que estabelecem qualquer relação de trabalho com a Companhia, independente de seu cargo, função, atividade ou tempo de trabalho.

Terceiro: Toda pessoa física ou jurídica que participe de uma ou mais relações comerciais com a Companhia, incluindo fornecedores, prestadores de serviços, intermediários, representantes ou demais Terceiros contratados para agir em nome, interesse ou benefício da Companhia. Exemplos: advogado, assessor, consultor, contratado ou subcontratado, despachante, distribuidor,

empreiteiro, fabricante, intermediário, laboratório, representante, revendedor, fornecedor, cliente.

3. RESPONSABILIDADES E ATRIBUIÇÕES

Da área de *Compliance*

i. implementar, divulgar e manter atualizada esta Norma de acordo com as especificações da legislação aplicável;
ii. realizar treinamentos necessários para disseminação e conhecimento da Norma pelos Profissionais que atuam e representam a Companhia;
iii. realizar a disseminação da Norma e práticas internas para os Terceiros;
iv. suportar as demais áreas com consultorias e agendas específicas relacionadas aos temas dessa Norma;
v. definir, estruturar e implementar ferramentas e/ou mecanismos para cumprimento da presente Norma;
vi. informar e divulgar para a Diretoria de Pessoas sobre os treinamentos mínimos necessários;
vii. supervisionar o cumprimento da presente Norma com apoio da área de auditoria interna.

Da Diretoria Jurídica e de *Compliance*:

i. analisar e aprovar consórcio formal entre a Companhia e alguns de seus concorrentes.

Da Diretoria de Pessoas

i. auxiliar para que todos os Profissionais recebam os treinamentos necessários e periódicos de acordo com a indicação da necessidade pela área de *Compliance*;
ii. conduzir processos de comunicação relacionados a esta Norma em conjunto com a área de *Compliance*.

Do Comitê de Ética e *Compliance*

i. apurar suspeitas de infração a esta Norma e à legislação, caso aplicável;
ii. validar as sugestões de alteração da Norma enviada pela área de *Compliance* e encaminhar para aprovação do Conselho de Administração;
i. assessorar do Conselho de Administração na avaliação dos resultados das análises trazidas a seu conhecimento associadas às infrações concorrenciais reportados/identificados.

Do Conselho de Administração:

i. promover a conscientização e cultura dos Profissionais da Companhia e Terceiros para cumprir esta Norma;
ii. garantir os recursos necessários para a efetiva conscientização sobre a Norma;

iii. aprovar esta Norma e suas atualizações.

Dos Profissionais:

i. conhecer, seguir, respeitar e disseminar o conteúdo desta Norma;
ii. seguir as políticas, normas e procedimentos;
iii. preencher a Declaração de Participação em Reunião com o Concorrente sempre que fizerem reunião;
iv. independentemente do cargo, área/departamento e localidade de trabalho, todos têm, no decorrer de suas atividades diárias, a obrigação de prevenir, identificar e comunicar aos seus gestores e à Linha Ética a ocorrência ou a suspeita de violação desta Norma bem como as fragilidades nos processos e sistemas que possam ser utilizadas como meios para a efetivação de infração concorrencial.

4. CRITÉRIOS E REGRAS

4.1. Princípios fundamentais das regras de defesa da concorrência

De uma forma geral, práticas prejudiciais à concorrência são divididas em dois grandes grupos (i) Práticas Colusivas e (ii) Práticas Exclusionárias.

A relação de práticas tratada a seguir não é exaustiva. Em caso de dúvidas, a área de *Compliance* deverá ser previamente consultada.

4.1.1. Diretrizes Gerais

A Companhia deve sempre atuar de forma independente em relação a seus concorrentes, seja na atuação na iniciativa privada ou em negociações com órgãos públicos, o que inclui:

a) Contatos com concorrentes

Acordos ou entendimentos entre concorrentes, diretos ou indiretos, podem gerar preocupações concorrenciais e devem ser abordados com muito cuidado. Diversos acordos/entendimentos com concorrentes são proibidos pela Lei de Defesa da Concorrência e pela Lei de Crimes contra a Ordem Econômica.

As regras de direito concorrencial não exigem forma específica para que um acordo/entendimento entre concorrentes seja considerado ilegal sob o ponto de vista concorrencial. Acordos não escritos (inclusive um mero “acordo de cavalheiros”), bem como acordos implícitos podem ser suficientes para a caracterização de prática anticoncorrencial. Do mesmo modo, podem ser considerados ilegais do ponto de vista concorrencial, simples trocas de Informações Concorrencialmente Sensíveis.

São expressamente proibidos acordos e/ou trocas de Informações Concorrencialmente Sensíveis com concorrentes, nos termos desta Norma.

Caso sejam realizadas reuniões, virtuais ou presenciais, ou telefonemas entre o Profissional da Companhia e concorrente, as seguintes orientações deverão ser seguidas:

- Estabelecer uma pauta e assegurar que a pauta seja seguida. Importante (i) sempre deixar claro (por escrito) qual é o objetivo da reunião; (ii) especificar quais assuntos serão objeto da reunião; (iii) enviar uma pauta formal com os tópicos a serem discutidos, enfatizando que nenhum outro assunto além daqueles previstos na pauta será discutido. Um modelo de pauta encontra-se no **Anexo I – Modelo de Pauta**;

- Preparar e circular atas de reunião. As atas devem sempre estar por escrito e conter informações básicas da reunião, tais como porque ocorreu, quem a iniciou e o conteúdo das discussões, tomando-se como base o **Anexo II – Modelo de Ata**. Certifique-se sempre de que a ata da reunião reflita o seu conteúdo antes de assiná-la ou distribuí-la. Caso não seja você quem a esteja preparando, peça sempre uma cópia do documento, que também deve ser compartilhada com a Diretoria Jurídica e de Compliance (veja orientação abaixo);

- Preencher a Declaração de Participação de Reunião com o Concorrente e fazer upload da Ata de Reunião no sistema disponibilizado pela Companhia (link disponibilizado na INTRANET SOMOS CONEXÃO → GALERIA→ Programa de Integridade e Compliance e de Privacidade | Termos e Declarações).

b) Fixação de preços, quotas de produção e/ou condições de venda

Acordos entre concorrentes, explícitos ou implícitos, que influenciem, direta ou indiretamente, a fixação de preços, reajustes, descontos, quotas de produção e/ou condições de venda são expressamente proibidos, não só pela Lei de Defesa da Concorrência, como também pela Lei de Crimes contra a Ordem Econômica.

c) Alocação de clientes ou territórios de venda

Também são expressamente proibidos os acordos entre concorrentes para: (i) dividir mercados e territórios; (ii) alocar vendas de acordo com clientes ou produtos; (iii) controlar ou limitar produção; (iv) impedir desenvolvimento de nova tecnologia; ou (v) impedir ou dificultar a entrada de novos concorrentes no mercado.

Acordos para alocação de revendedores ou mesmo acordos de “respeito mútuo” a rede de revendedores de concorrentes também são proibidos pela Lei de Defesa da Concorrência.

d) Recusa coletiva de fornecimento ou de contratar (boicote)

Um acordo entre dois ou mais concorrentes para recusar fornecimento/contratação ou para, de qualquer outra forma, boicotar determinada empresa/indivíduo, dificultando ou impedindo o mesmo de realizar suas atividades comerciais de forma livre, são expressamente proibidos e configuram violação à Lei de Defesa da Concorrência.

Em regra, as empresas são livres para escolher seus parceiros comerciais desde que o façam de forma independente e não discriminatória. Um acordo entre concorrentes, especialmente se detentores de participações de mercado expressivas, para boicotar clientes ou fornecedores contraria a Lei de Defesa da Concorrência.

e) Acordos sobre distribuição de revendedoras

Acordos entre concorrentes para alocar revendedoras ou mesmo acordos de "respeito mútuo" a rede de revendedoras de cada uma das empresas também são terminantemente proibidos pela Lei de Defesa da Concorrência e também podem configurar infração penal.

f) Acordos sobre participação em licitações públicas

A realização de acordos entre concorrentes para determinar o resultado de uma licitação pública também configura violação à Lei de Defesa da Concorrência, à Lei de Crimes contra a Ordem Econômica e à Lei de Licitações e Contratos.

A Companhia deve sempre atuar de forma independente em relação a seus concorrentes, o que inclui:

- Nunca realizar acordos com concorrentes para aumentar ou fixar preços e condições;
- Nunca realizar acordos com concorrentes para dividir um conjunto de licitações ou lotes da licitação;
- Nunca realizar acordos com concorrentes para que não compareçam à licitação, ou retirem proposta elaborada. Do mesmo modo, nunca concordar em não comparecer ou retirar uma proposta para favorecer um concorrente;
- Nunca realizar acordos com concorrentes para apresentação de propostas "pro forma", ou seja, acordos para apresentar propostas com preços indevidamente elevados ou com erros reconhecidamente desclassificatórios;
- Nunca combinar rodízios com os concorrentes, ou seja, nunca realizar acordos mediante os quais os concorrentes alternam-se entre os vencedores de uma licitação específica. Por exemplo, as empresas A, B e C combinam que a primeira licitação será vencida pela empresa A, a segunda pela empresa B, a terceira pela empresa C e assim sucessivamente;
- Nunca fazer um acordo de não participar das licitações ou de desistir da proposta, a fim de serem subcontratados pelos vencedores.

A única exceção se refere à hipótese em que é realizado consórcio formal entre a Companhia e alguns de seus concorrentes, o que deverá ser submetido previamente à análise e autorização da Diretoria Jurídica e de *Compliance*. Nessa hipótese, a Companhia atuará na licitação por meio de seu consórcio, o qual deverá observar as regras listadas acima.

g) Troca de Informações

A troca de Informações Concorrencialmente Sensíveis entre concorrentes também pode resultar em infração sob o ponto de vista do direito concorrencial e, por isso, devem ser evitadas ao máximo. A troca de Informações Concorrencialmente Sensíveis entre concorrentes somente devem ocorrer em caso de negociações formais, devidamente validadas e na forma aprovada pela Diretoria Jurídica e de *Compliance*.

Nesse contexto, é preciso cautela em contatos ou discussões com concorrentes, devendo ser evitadas discussões, dentre outros, sobre os seguintes assuntos:
- Preço, incluindo descontos concedidos a clientes;
- Custos, incluindo custos de frete, tributos e créditos;
- Margens de lucro;
- Propostas e pedidos de cotação;
- Relacionamento com clientes;
- Planos comerciais;
- Planos de investimentos;
- Lançamento de novos produtos.

Em caso de Fusões, Aquisições, Contratos e outros contatos legítimos com concorrentes:

A troca de Informações Concorrencialmente Sensíveis no âmbito de operações societárias deve ser tratada com muita cautela, sobretudo se a operação em questão envolver empresas concorrentes.

As operações societárias envolvendo concorrentes (fusões, aquisições e *joint ventures*) exigem cuidados especiais desde a sua concepção. Regras claras e bem delimitadas sobre o fluxo de informação devem ser estabelecidas previamente. É essencial limitar o escopo de qualquer potencial troca de informações àquilo estritamente necessário à realização do negócio.

A Diretoria Jurídica e de *Compliance* da Companhia deve ser sempre informada previamente sobre operações dessa natureza para que possa orientar e estruturar a melhor forma de se proceder com a operação.

Operações desta natureza normalmente envolvem necessidade de aprovação pelos órgãos de

defesa da concorrência, por isso, mesmo após a assinatura de contratos preparatórios é indispensável consultar a Diretoria Jurídica e de *Compliance* da Companhia para saber como proceder com relação à troca de informações.

Em caso de Contratos de Trading envolvendo concorrentes:

Alguns concorrentes da Companhia também podem ser seus clientes, fornecedores ou parceiros comerciais em determinadas relações comerciais. Nesses casos, as interações com concorrentes são permitidas, desde que tenham uma justificativa comercial legítima, sejam primordiais e exclusivamente para fins pró-competitivos e se limitem às informações necessárias para a execução do contrato de *Trading*.

Para uma regulação detalhada de como proceder no caso de interações para celebração de contratos de *Trading*, vide Anexo III - Guia para contato com concorrentes – Área *Trading*.

Como proceder se o concorrente lhe contatar para tratar de Informações Concorrencialmente Sensíveis:

Caso contatado por um concorrente que busca fazer acordo ou trocar informações de mercado, deixe claro que a Companhia proíbe tal tipo de contato e encerre imediatamente tal discussão. Sua discordância deve ser feita não apenas em e-mails e comunicações por escrito, mas também em conversas telefônicas.

Lembre-se das seguintes regras nos contatos com concorrentes:

Regras a serem observadas no contato com Concorrentes	
Nunca discutir com o concorrente o preço praticado no mercado; Nunca discutir ou combinar preços ou qualquer componente do preço com concorrentes; Nunca discutir ou combinar propostas e pedidos de cotação; Nunca fornecer lista de preço a concorrente ou qualquer material/informação a partir do qual o concorrente pode ter acesso aos preços praticados pela Companhia; Nunca solicitar ou aceitar de concorrente lista de preços praticados ou qualquer	É permitido obter informações sobre preços praticados no mercado a partir de clientes ou Terceiros para fins de monitoramento do comportamento do mercado, desde que tais clientes/ Terceiros não estejam agindo em nome ou a pedido do concorrente; É permitida a troca de informações no âmbito de operação societária entre concorrentes, **desde que nos limites do estritamente necessário à realização do negócio e somente após a Diretoria Jurídica e de *Compliance* ter aprovado as regras para fluxo de informações aplicáveis ao caso específico**;

material/informação que contenha informações sobre preços praticados por concorrentes; Nunca discutir o relacionamento com clientes, inclusive divisão de clientes ou zonas de atuação ou combinar; Nunca indicar aos concorrentes que a Companhia os acompanhará caso eles aumentem seus preços; Nunca discutir ou combinar planos comerciais e/ou planos de investimento independentes da Companhia; Nunca discutir ou compartilhar os salários dos Profissionais.	É permitida a troca de informações no âmbito de contratos de *Trading* entre concorrentes, **única e exclusivamente para fins de execução do contrato de *Trading*. Para mais informações vide Anexo III - Guia para contatos com concorrentes – Área de *Trading*** Sempre consultar a Diretoria Jurídica e de *Compliance* em caso de dúvida.

h) Participação em Associações, sindicatos e outras entidades

Em princípio, a participação em associações, sindicatos e outras entidades ("Entidades") é legitima e, por si só, não caracteriza violação às regras de direito concorrencial. No entanto, muitos acordos ilícitos entre concorrentes já foram celebrados no âmbito de Entidades e, como tal, foram punidos pelas autoridades de defesa da concorrência no Brasil e no exterior. Consequentemente, Entidades estão sob frequente análise pelas autoridades de defesa da concorrência, de modo que a sua participação em tais fóruns deve ser vista com cuidado.

A participação da Companhia em Entidades deve ser avaliada e aprovada pelo Presidente da Companhia que, para tanto, deverá ter em conta sua regular constituição e atuação em conformidade com as leis vigentes.

Discussões nas reuniões de Entidades:

A fim de evitar que haja a configuração de uma violação à Lei de Defesa da Concorrência, é importante que o representante da Companhia não participe de qualquer discussão (em Entidade ou fora dela) envolvendo:

- Políticas de preços;
- Licitações passadas ou atuais;
- Produção ou quotas de vendas, capacidade, custos ou volume;
- Descontos e promoções;
- Termos e condições de venda oferecidos a determinado cliente;
- Identificação de clientes;

- Alocação de clientes ou áreas;
- Recusas de contratação com outras empresas.

Participação da Companhia em estudos do setor que envolva coleta de dados das empresas membros

A elaboração de relatórios e estudos com estatísticas sobre aspectos relevantes da indústria é uma das funções mais importantes de uma Entidade. Essa troca de informações pode resultar em efeitos pró-competitivos, como aumento de eficiência, redução de custos e aumento da segurança do trabalho.

Muitas das discussões nas Entidades se referem a preocupações comuns de natureza ambiental, tendências econômicas, políticas públicas associadas ao setor e questões trabalhistas, os quais não representam infrações contra a ordem econômica.

No entanto, são proibidas as trocas de Informações Concorrencialmente Sensíveis entre concorrentes. Do mesmo modo, a Entidade não pode elaborar estudos que divulguem as seguintes informações: (i) políticas de preços, atuais ou futuras de suas associadas; (ii) participação de suas associadas em licitações passadas ou atuais; (iii) custos do negócio de cada um de suas associadas; (iv) descontos e promoções realizados por suas associadas; (v) termos e condições de venda oferecidos a determinado cliente; e (vi) identificação de clientes das suas associadas.

As Entidades e seus membros podem realizar estudos sobre níveis gerais de preços históricos, comportamento da demanda e comportamento da oferta, entre outros. Tais estudos devem ser realizados com extrema cautela, especialmente quando envolvem a coleta e disseminação de Informações Concorrenciamente Sensíveis, como preços, participações de mercado, custos, níveis de produção e estimativas de crescimento do mercado. É importante que tais estudos tenham como base dados estatísticos e históricos, que, apresentados de forma agrupada, não permitam a empresas rivais identificar tendências que os ajudem a prever o comportamento comercial de seus concorrentes.

Desse modo, é importante observar as seguintes regras no que se refere ao procedimento de coleta e disseminação de dados apresentados a Entidades:
- Nunca informar dados da Companhia em reuniões da Entidade;
- Nunca informar dados da Companhia em comunicações em que estejam copiados funcionários de outras empresas concorrentes, ainda que estejam atuando em nome da Entidade;
- Assegurar-se que os dados enviados pela Companhia sejam endereçados para uma pessoa da Entidade que não detenha vínculo empregatício com qualquer empresa concorrente;
- Nunca informar dados comerciais atuais ou futuros da Companhia, apresentar tão somente dados

"históricos".

É essencial que os relatórios/estudos elaborados por Entidade obedeçam às seguintes regras:
- Refiram-se apenas a dados "históricos";
- Disseminem a informação apenas de forma agrupada. Quanto mais agrupada é a informação, menor o risco de efeitos anticoncorrenciais. As informações não devem permitir a identificação de dados individualizados de empresas ou possíveis práticas comerciais de concorrentes;
- Mantenham a identificação das empresas participantes e de seus dados sob absoluto sigilo;
- Sempre que possível que estejam à disposição de Terceiros.

Participação da Companhia em Entidades que elaboram tabelas de preço:

Nos mercados de cimento e concreto, a elaboração, a divulgação e a implementação de tabelas de preços por Entidades configuram ilícitos concorrenciais, já que tais tabelas podem facilitar e influenciar a adoção de preço uniforme entre concorrentes. Assim sendo, pessoas ligadas à Companhia não devem participar de qualquer discussão que tenha por objetivo a elaboração, divulgação ou implementação de tabelas de preços, mesmo que apenas indicativas.

Regras a serem observadas em reuniões em Entidades	
Nunca se envolva em atividade entre concorrentes que seja proibida; Nunca troque informações sobre preços, capacidade/produção, condições de venda, ou qualquer outro tipo de Informação Concorrencialmente Sensível.	Assegure-se que uma pauta/agenda da reunião seja circulada para os membros da Entidade com antecedência; Assegure-se que a ata da reunião seja distribuída, registrada e assinada; Seja cauteloso em relação a reuniões informais e conversas durante os intervalos das reuniões; Registre formalmente sua objeção em caso de atividades potencialmente contrárias às regras concorrenciais. É necessário que se faça perfeitamente claro que representantes da Companhia não participarão de tais contatos, exigindo aos demais presentes que suspendam imediatamente a discussão. Caso tal discussão não seja imediatamente encerrada, retire-se da reunião, faça constar da ata sua objeção e retirada, bem como comunique o fato imediatamente à Diretoria Jurídica e de *Compliance*; Aplique os mesmos princípios em

	discussões fora das Entidades (tais como almoços e jantares); A discussão conjunta de padrões técnicos na indústria é, em princípio, regular, desde que pautada por razões de segurança, qualidade ou outros benefícios aos consumidores; Atividades conjuntas perante autoridades (tais como, discussão de iniciativas legislativas) são também legítimas, desde que não envolvam compartilhamento de Informações Concorrencialmente Sensíveis com concorrentes.

Caso seja elaborada uma Ata nas reuniões ou trabalhos mencionados acima, entregue uma cópia à área de *Compliance* para que esse proceda com o arquivamento da mesma.

i) Contatos com Revendedores

No contato com revendedores é expressamente proibido estabelecer critérios distintos de tratamento de revendedores em igualdade de condição, bem como intervir de forma arbitrária na condução e administração dos negócios dos revendedores.

Acordos relativos a preços

Inicialmente, é importante salientar que troca de informações sobre preços com revendedores e acordos sobre alguns componentes dos preços com revendedores são permitidos. No entanto, a imposição de preço de revenda ou preço mínimo de revenda é considerada violação à Lei de Defesa da Concorrência. Essa proibição inclui acordos que aumentem, mantenham ou diminuam preços de revenda.

Assim, deve ser evitada qualquer conduta que possa ser interpretada como um esforço para exigir que um revendedor respeite determinado nível de preço imposto/recomendado pela Companhia.

A sugestão de preços será permitida, desde que não configurada imposição. Caso a Companhia entenda que sugestão de preço de revenda seja determinante para sua política comercial, a Diretoria Jurídica e de *Compliance* deverá ser consultada.

Restringir revendedores ou distribuidores a territórios

Uma empresa pode ofertar seus produtos exclusivamente por meio de distribuidores e/ou revendedores selecionados em determinados territórios. Geralmente é permitido que empresas

selecionem revendedores e distribuidores para áreas geográficas específicas e determinem que tais áreas sejam o foco primário de atendimento.

No entanto, não se deve impedir que tais revendedores e/ou distribuidores comercializem o produto em questão fora de seus territórios, salvo nos casos em que as características específicas do negócio e a extensão da restrição justifiquem tal prática. Qualquer decisão sobre possíveis restrições territoriais deve ser antes revista pela Diretoria Jurídica e de *Compliance*.

Restringir revendedores ou distribuidores a determinados clientes

A limitação de atuação de um revendedor ou distribuidor a determinados clientes é disciplinada pelas mesmas regras que as restrições territoriais.

Muitas vezes, o produtor vende para clientes específicos por meio de distribuidores especializados. É permitido selecionar distribuidores especializados em determinados tipos de cliente e designar tais clientes como foco de atendimento primário.

Acordos de exclusividade

Acordos de exclusividade celebrados com distribuidores e/ou revendedores podem gerar questionamentos de ordem concorrencial caso configurem elevação de barreiras à expansão ou entrada de concorrentes. Do mesmo modo, acordos de longo prazo em que um distribuidor se obriga a adquirir uma parte grande de um único vendedor podem ser questionados pelas autoridades concorrenciais.

A ilegalidade ou não da prática vai depender basicamente da disponibilidade de outros revendedores/distribuidores no mercado que possam ser usados por concorrentes da Companhia.

Caso deseje celebrar contratos de exclusividade ou de longo prazo com revendedores/distribuidores, consulte anteriormente a Diretoria Jurídica e de *Compliance*.

Recusa de Fornecimento a um Distribuidor ou a um Revendedor

Como visto acima, a Lei de Defesa da Concorrência determina que a recusa de contratar em condições normais de mercado pode configurar violação à ordem econômica.

Sempre consulte a Diretoria Jurídica e de *Compliance* para adoção dos melhores procedimentos quando entender que a Companhia deva recusar negócio com certo distribuidor ou revendedor.

Discriminação de preços e serviços

A Lei de Defesa da Concorrência proíbe a discriminação de clientes, revendedores e/ou distribuidores da mesma classe para o mesmo produto sem que haja uma justificativa justa e objetiva (exemplos justificativa justa e objetiva: volumes contratados, a existência ou não de exclusividade, tempo do contrato).

Assim sendo, é importante que a Companhia tenha regras claras sobre quais requisitos justificam a diferenciação nas condições de preços, condições tarifárias e métodos de pagamento entre diversos clientes.

Regras a serem observadas no Contato com Distribuidores e Revendedores	
Não fixar preço de revenda a distribuidores e revendedores; Não fixar preço de revenda mínimo a distribuidores e revendedores; Não fixar margem de lucro aos clientes e distribuidores e, tampouco, o desconto que estes podem conceder; Não exigir a adoção de preço de revenda através de ameaças, intimidações, avisos e penalizações; Não obrigar o distribuidor/revendedor a revender os produtos da empresa em um determinado território apenas e/ou com exclusividade, salvo em casos justificáveis e aprovados previamente pela Diretoria Jurídica e de *Compliance*; Não oferecer condições distintas para revendedores/distribuidores na mesma situação; Não recusar negociação com Terceiro (cliente, fornecedor, parceiro etc.) interessado em contratar com a Companhia de acordo com as condições normais de mercado.	Sempre justificar a finalidade da opção pela distribuição exclusiva; Sempre justificar o tratamento diferenciado concedido a certo distribuidor ou revendedor.

j) Concorrência desleal:
É expressamente proibida a prática de atos tidos como de concorrência desleal, incluindo-se:
- prestar, publicar ou divulgar, por qualquer meio, informação falsa de concorrente;
- imitar fachadas, embalagens, imagens de produto, domínio de internet, marca, expressão ou sinal de propaganda utilizado por Terceiro com o objetivo de confundir o consumidor ou utilizar-se de qualquer outro meio fraudulento para desviar clientela de Terceiro em proveito próprio;
- usar marca, patente ou outra propriedade intelectual de Terceiro sem a devida autorização;
- fazer propaganda enganosa de seus produtos, ainda que por omissão de informação essencial que possa levar a erro o consumidor;
- obter por meios ilícitos ou fraudulentos informações confidenciais de Terceiros.

4.2. Diretrizes Gerais a serem observadas na definição de estratégias e planos comerciais da Companhia

As violações concorrenciais não se restringem a contatos com Concorrentes, Entidades e revendedores, mas incluem também a adoção de estratégias comerciais que podem ter efeitos lesivos ao mercado. Seguem abaixo alguns exemplos de práticas anticorrenciais:

a) Venda casada
A Lei de Defesa da Concorrência proíbe a prática conhecida como “venda casada”. Isso significa que a Companhia não pode condicionar o fornecimento de um determinado produto à aquisição de outro produto. Note-se que oferecer outro produto não é ilegal, mas sim condicionar a venda de um produto à compra de outro.

b) Preços abusivos
É importante esclarecer que as autoridades de defesa da concorrência não detêm poder para determinar preços que devem ser praticados no mercado. No entanto, quando uma empresa detém uma participação de mercado significativa (superior a 20%), as autoridades têm poder para punir elevações de preços que entendam ser abusivas. Assim sendo, é importante que a empresa registre razões claras que justifiquem os reajustes da política de preços. Algumas justificativas aceitas pelas autoridades de defesa da concorrência são: elevação dos preços de matéria-prima, aumento dos custos de logística, gastos em investimento em pesquisa e desenvolvimento, entre outros fatores.

c) Criação de barreiras à entrada, funcionamento ou desenvolvimento de concorrente
É considerada infração contra a ordem econômica a criação de barreiras para a entrada, funcionamento ou desenvolvimento de concorrentes.

Desse modo, não é permitido, por exemplo, que um determinado produtor firme acordo de

exclusividade com o único fornecedor de determinada matéria prima. Tal atitude excluiria qualquer possibilidade de que um novo concorrente entrar no mercado, ou mesmo os existentes manterem-se no mercado. Outro exemplo, refere-se à conduta de estimular a elaboração de regulamentações que injustificadamente dificultem a existência ou a entrada de novos concorrentes. É importante que a Companhia procure agir sempre no interesse de seus próprios negócios, sem que para isso, seja necessário prejudicar o concorrente.

Sempre consulte a Diretoria Jurídica e de *Compliance* antes de assinar contratos de exclusividade, seja com qualquer fornecedor ou cliente e antes de adotar qualquer conduta que limitar a concorrência no mercado.

4.3. Implementação e monitoramento do cumprimento desta Norma e legislação aplicável

A fiscalização do estrito cumprimento desta Norma pelos Profissionais incluirá auditorias internas periódicas, monitoramento constante da implementação de programas de mercado e práticas comerciais, e revisão periódica de procedimentos e condutas.

Conversas telefônicas, e-mails, mensagens por meio de aplicativos, e outras formas de comunicação utilizando-se ferramenta disponibilizada pela Companhia poderão ser verificados a qualquer tempo. O mesmo se dá para documentos físicos e eletrônicos do Profissional em seu local de trabalho, veículo da Companhia ou em suas ferramentas de trabalho (computadores, celulares, telefone fixo e outros).

Adicionalmente, como parte de cumprimento da Norma, a Auditoria Interna pode efetuar avaliações independentes sempre que necessário, onde irá:

- Avaliar a qualidade e a efetividade do monitoramento dos reportes e tratativas;
- Avaliar a efetividade dos controles internos se aplicável;
- Identificar e apontar riscos, por meio da avaliação independente do ambiente de controles internos e auditoria dos processos.

Importante observar que, embora o monitoramento a ser feito pela Companhia esteja restrito ao local e às ferramentas de trabalho, as autoridades públicas podem realizar procedimentos de busca e apreensão em residências, veículos particulares, bem como podem determinar a quebra de sigilo telefônico, em correspondências, fiscal, etc e até mesmo monitorar encontros particulares.

4.4. Da comunicação e treinamento

Esta Norma deve ser amplamente comunicada a todos os Profissionais da Companhia.

Casos de dúvidas sobre o conteúdo desta Norma devem ser esclarecidos junto à área *Compliance*. A não compreensão de qualquer ponto desta Norma não eximirá o Profissional das consequências

de seu descumprimento.

Todos os Profissionais devem ser treinados periodicamente quanto ao adequado uso e aplicação desta Norma.

4.5. Mecanismos de punição e correção de infrações a esta Norma e legislação aplicável

As suspeitas de infração a esta Norma e à Lei de Defesa da Concorrência serão apuradas pelo Comitê de Ética e *Compliance*, que deverá ouvir todos os envolvidos antes de tomar qualquer decisão definitiva.

Caso seja confirmada a infração, os Profissionais responsáveis estarão sujeitos às medidas previstas na Norma de Gestão de Consequências, que serão impostas pela Companhia levando em consideração as circunstâncias de cada caso concreto, sem prejuízo das possíveis punições previstas em lei aplicáveis pelas autoridades públicas.

4.6. Consequências para a Companhia

Multas: As empresas que violam as regras concorrenciais estão sujeitas a severas multas, que representam uma porcentagem relevante do seu faturamento.

Reparação por danos cíveis: Pessoas e/ou empresas prejudicadas por uma violação da Lei de Defesa da Concorrência podem ingressar no judiciário e requerer reparação financeira pelos danos sofridos. Tais medidas podem ser propostas por meio de ações coletivas.

Risco Reputacional: Condenações por violação a regras concorrenciais tendem a ser amplamente divulgadas e geram publicidade negativa para a empresa. Além disso, as autoridades de defesa da concorrência têm determinado que empresas condenadas por violação à Lei de Defesa da Concorrência publiquem um extrato da condenação em jornais de grande circulação e em seus sítios eletrônicos, o que denigre ainda mais a reputação da empresa envolvida.

Desperdício de recursos pela Companhia: As investigações por violação à Lei de Defesa da Concorrência e a esta Norma resultam em desperdício de recursos por um período prolongado de tempo, recursos esses que poderiam ser utilizados de forma mais eficaz e benéfica para a empresa e seus Profissionais.

Proibição de contratar com a Administração Pública: As empresas condenadas por violação à ordem econômica podem ser proibidas de contratar com a administração pública. Isso pode representar a não participação em licitações públicas promovidas por qualquer ente da Administração Pública por um período de até 5 (cinco) anos.

Perda ou não concessão de benefícios tributários à empresa: Ao condenar uma empresa por violação concorrencial, as autoridades de defesa da concorrência podem recomendar às autoridades fiscais que não concedam benefícios tributários à empresa condenada, o que acarreta um aumento sensível na estruturação tributária da empresa.

4.7. Consequências para os indivíduos envolvidos

Multas: indivíduos que violam a Lei de Defesa da Concorrência podem ser condenados ao pagamento de multas substanciais.

Sanções criminais: Os indivíduos envolvidos em práticas de cartel estão sujeitos à ação penal. A legislação brasileira prevê pena de (i) reclusão de 2 a 5 anos e (ii) multa.

Resta clara, portanto, a importância de se prevenir a ocorrência de infrações desta natureza. Por esta razão, a presente Norma deve ser estritamente cumprida por todos os Profissionais da Companhia.

4.8. Linha Ética

Qualquer Profissional que presenciar ou identificar uma situação que viole o estabelecido nesta Norma deve comunicar o fato ao Gestor imediato, Diretor, ao Agente de *Compliance*, à área de *Compliance*, utilizar a Linha Ética (Os contatos estão disponíveis no site: https://compliance.intercement.com/etica/) ou o meio em que a pessoa se sentir mais confortável.

A Linha Ética é um canal de comunicação independente, gerido por empresa terceira, disponível para os públicos interno e externo da Companhia e, por meio dele, qualquer empresa ou pessoa pode fazer denúncias, reclamações, ou consultas, elogios, sugestões.

A Companhia aceita denúncias anônimas, garante a confidencialidade da identidade daqueles que se identificarem e não admite qualquer ato de retaliação a quem fizer um relato de boa-fé.

5. REGISTROS

Não se aplica.

6. ANEXOS

- Anexo I – Modelo de Pauta
- Anexo II – Modelo de Ata
- Anexo III – Guia para contato com concorrentes – área de *Trading*