



Política Corporativa de Doações e Patrocínios / *Donations and Sponsorships*
Corporate Policy

Versão Português / *Portuguese Version*

1 OBJETIVO

Esta Política Corporativa (“Política”) estabelece as diretrizes da BRF S.A. e de suas subsidiárias (“BRF” ou “Companhia”) a respeito da realização de Doações e Patrocínios, em complemento às definições contidas no Manual de Transparência BRF (CE 01.1.100), o nosso código de conduta.

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

2 ABRANGÊNCIA

Esta Política aplica-se a todos os Funcionários da BRF (“Funcionário” ou “Solicitante”), Beneficiários, bem como a qualquer Terceiro que trabalhe para a BRF, seja no Brasil ou no exterior. Todos os Terceiros devem garantir que suas ações em nome da BRF atendam aos mesmos padrões de integridade esperados dos Funcionários da BRF.

3 PAPÉIS E RESPONSABILIDADES

3.1 DIRETORIA DE COMPLIANCE

Cabe à Diretoria de Compliance: (i) esclarecer quaisquer dúvidas relacionadas a esta Política; (ii) estabelecer os procedimentos e instruções necessários para a sua implementação; (iii) comunicar e treinar as regras definidas na presente Política; (iv) monitorar as Doações e Patrocínios realizados para garantir adesão à Política; (v) conduzir a Análise Reputacional dos potenciais Beneficiários, quando necessário, avaliar a existência de possíveis conflitos de interesses e deliberar as solicitações conforme resultados da pesquisa reputacional.

3.2 DIRETORIA DE MARKETING

É de responsabilidade da Diretoria de Marketing: (i) definir a estratégia de marketing para deliberação das solicitações de Patrocínios; (ii) deliberar as solicitações de Patrocínios, utilizando as marcas de consumo da BRF, em linha com a estratégia de



cada marca e conforme a alçada de sua diretoria, no Comitê de Doações e Patrocínios; (iii) disponibilizar os padrões de uso das marcas; (iv) monitorar continuamente os Patrocínios nacionais e regionais realizados, com uso das marcas de consumo da BRF, no intuito de verificar se o Patrocínio está cumprindo os seus objetivos e se as contrapartidas estão sendo recebidas conforme planejado e dentro dos limites legais; (v) garantir o orçamento e cronograma para realização dos patrocínios globais e nacionais da área de Marketing; (vi) acionar as áreas corporativas competentes para avaliação das regras e critérios estabelecidos nos projetos que envolvam incentivos fiscais (Jurídico e Tributário).

3.3 DIRETORIA DE REPUTAÇÃO CORPORATIVA

É de responsabilidade da Diretoria de Reputação Corporativa: (i) avaliar e aprovar as solicitações de Patrocínios utilizando a marca institucional BRF, conforme a alçada de sua diretoria, no Comitê de Doações e Patrocínios; (ii) disponibilizar o manual de uso da marca corporativa para os Solicitantes; (iii) monitorar continuamente os Patrocínios nacionais e regionais realizados, com uso da marca BRF, no intuito de verificar se o Patrocínio está cumprindo os seus objetivos e se as contrapartidas estão sendo recebidas conforme planejado e dentro dos limites legais; (iv) garantir orçamento e cronograma para realização dos Patrocínios globais e nacionais, utilizando a marca BRF, conforme estratégia definida.

3.4 DIRETORIA DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

É de responsabilidade da Diretoria de Relações Institucionais avaliar e deliberar as solicitações de Doações e Patrocínios, de acordo com a estratégia de negócios da Companhia e conforme a alçada de sua diretoria, no Comitê de Doações e Patrocínios.

3.5 DIRETORIAS/GERÊNCIAS SOLICITANTES

É de responsabilidade da área solicitante: (i) cumprir esta Política; (ii) garantir orçamento para realização de Patrocínios (regionais e locais) e Doações conforme cronograma definido; (iii) arquivar os documentos relacionados às Doações e Patrocínios solicitadas e realizadas; (iv) monitorar e registrar as evidências das Doações e Patrocínios realizadas, no intuito de verificar se estão cumprindo os objetivos de sua realização e se as contrapartidas, no caso de Patrocínios, ocorreram conforme planejado; (v) acionar as áreas corporativas competentes para avaliação das regras e critérios estabelecidos nos projetos que envolvam incentivos fiscais (Jurídico e Tributário); (vi) garantir que a solicitação não infringe nenhuma regulamentação local e norma ou política interna da Companhia; (vii) avaliar se há regras de limitação de valores, alimentos ou restrições sanitárias no país em que a Doação ou Patrocínio será realizado.



3.6 DIRETORIA JURÍDICA

Cabe à Diretoria Jurídica elaborar instrumento contratual para Doações ou Patrocínios, observando as diretrizes desta Política e deliberar as solicitações em que os dirigentes da Beneficiário sejam classificados como parte relacionada, de acordo com a Política Corporativa de Transações com Partes Relacionadas.

3.7 FUNCIONÁRIOS DA BRF

Cabe a todos os funcionários da BRF cumprir as diretrizes estabelecidas neste documento, participar dos treinamentos a respeito desta política e assegurar que todos os Terceiros que venham a participar de alguma Doação ou Patrocínio, por seu intermédio, sejam informados sobre este conteúdo.

Comunicar prontamente, via Canal de Transparência, quaisquer solicitações impróprias assim como quaisquer suspeitas de violação dos princípios contidos nesta Política ou no Manual de Transparência da BRF.

3.8 INSTITUTO BRF

O Instituto BRF é responsável por: (i) deliberar as solicitações de Doações de cunho social e Patrocínios incentivados, em linha com a estratégia de investimento social, no Comitê de Doações e Patrocínios; (ii) conduzir as Doações de Ajuda Humanitária; (iii) gerir e conduzir as Doações de produtos próximos ao vencimento, utilizando instituição homologada para esse fim e respeitando a legislação local para esta atividade; (iv) conduzir as Doações, por meio de sua rede de Comitês de Investimento Social, de acordo com os fluxos propostos nessa Política.

-

4 DIRETRIZES

4.1 PREMISSAS APLICÁVEIS A TODOS OS TIPOS DE DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

A BRF está comprometida em promover o desenvolvimento local e a qualidade de vida das comunidades, especialmente onde atua. Toda Doação deve estar alinhada com a estratégia da Companhia de fortalecer os laços com as partes interessadas e suas crenças sobre as causas sociais, gerando um impacto positivo na sociedade; devem ter propósito sócio cultural, e/ou educacionais e/ou humanitários, sem contrapartida indevida. Todo Patrocínio deve estar alinhado com as estratégias de divulgação das marcas da Companhia.



Toda Doação e Patrocínio deve estar em conformidade com a legislação aplicável, bem como com o Manual de Transparência da BRF e com as Políticas Antissuborno e Anticorrupção e de Conflito de Interesses.

É proibido realizar Doações ou Patrocínios:

- (i) Que possam violar as leis aplicáveis;
- (ii) Que possam gerar um conflito de interesses, ainda que aparente ou potencial;
- (iii) Que prejudiquem a reputação da BRF; e
- (iv) Destinados a uma Beneficiário cujos representantes legais/ dirigentes sejam parte relacionada da BRF.

A concessão de qualquer Doação ou Patrocínio não implica na aprovação automática do direito de uso da logo e identidades visuais da BRF. São necessárias aprovações específicas e expressa da utilização de cada logo pelas áreas responsáveis, conforme o caso.

4.2 DIRETRIZES SOBRE SOLICITAÇÕES E APROVAÇÕES NECESSÁRIAS

Qualquer Funcionário da BRF pode submeter um pedido de Doação ou Patrocínio para avaliação das áreas responsáveis, seguindo os fluxos de aprovação padrão ou simplificado, conforme regras descritas a seguir. A submissão do pedido pode ser realizada via sistema ou por e-mail, conforme procedimento próprio aplicável a cada país.

Para solicitar um Patrocínio ou Doação, o Funcionário deve ter ciência da integralidade desta Política e providenciar as informações e documentos necessários para solicitação (conforme itens 4.4.4 e 4.5.2 abaixo). O Solicitante e o Beneficiário devem garantir a veracidade e a integridade das informações fornecidas.

Doações e Patrocínios não podem ser feitos ou prometidos até que o todo o fluxo de aprovação tenha sido integralmente seguido e concluído, conforme regras descritas a seguir.

As Doações ou Patrocínios pecuniários serão realizados por meio de depósito(s) bancário(s) em conta corrente cujo titular é o Beneficiário. Já as Doações e Patrocínios realizados em produtos ou serviços, deverão ser entregues conforme expresso no contrato. É expressamente proibido a sua transferência para qualquer indivíduo ou empresa que não seja o Beneficiário aprovado, sendo que esta condição deverá ser incluída no contrato de Doação ou Patrocínio firmado entre as partes.

Os contratos firmados com os Beneficiários devem conter a cláusula anticorrupção padrão da Companhia, por meio da qual a outra parte declara conhecer e cumprir a



legislação anticorrupção aplicável, durante toda a vigência do contrato, sendo o seu descumprimento justo motivo para rescisão do vínculo existente entre as partes.

Qualquer mudança no escopo da Doação ou Patrocínio em questão (por exemplo: quanto ao tipo, Beneficiário, bens a serem doados ou montante a ser patrocinado, serviços, forma de pagamento, etc.) exige que o Solicitante reinicie o processo de aprovação.

Os bens, produtos, serviços e recursos financeiros destinados pela BRF por meio de Doações ou Patrocínios devem ser utilizados exclusivamente para as finalidades acordadas no contrato.

4.2.1. Fluxo de aprovação padrão – Doações e Patrocínios

Devem seguir o fluxo de aprovação padrão os seguintes tipos de solicitações:

- a) Doações de qualquer bem ou valor (exceto dos produtos fabricados pela Companhia), em benefício de entidades privadas;
- b) Doações e Patrocínios em dinheiro, produtos ou serviços, à Órgãos Públicos em qualquer valor, ou intermediados por entidade privada, em qualquer valor, mas cujo Beneficiário final seja um Órgão Público;
- c) Doações em produtos fabricados pela Companhia para entidades privadas em que o valor de referência dos recursos disponibilizados seja superior a R\$ 5.000,00;
- d) Patrocínios em dinheiro, produtos ou serviços para entidades privadas em que o valor dos recursos disponibilizados, seja superior a R\$ 5.000,00.

Tabela 1 - Fluxo de aprovações padrão de Doações e Patrocínios

Aprovaçã o 1	Aprovaçã o 2	Aprovaçã o 3	Aprovaçã o 4	Aprovaçã o 5 – conforme valor	Assinatur a do Contrato
Gestor Imediato	Comitê de Doações e Patrocínios	Comitê Opex* Apenas para as Doações	Área de Complianc e	Se for “a e b”: Aprovaçã o do VP da área solicitante e Conselho de Administraçã o Se for “c” e “d” e o valor for igual ou superior a	Conforme poderes outorgados em procuraçã o específica.



				R\$50.000,00 (cinquenta mil reais) e inferior a R\$ 100.000,00 (cem mil reais): Aprovação do VP da área solicitante	
				Se for “c” e “d” e o valor for igual ou superior a R\$100.000,00 (cem mil reais) e inferior a R\$ 8.000.000,00 (oito milhões e reais): Aprovação do CEO ou COO	
				Se for “c” e “d” e o valor for igual ou superior a R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais): Aprovação do Conselho de Administração	

NOTAS:

1. Para os casos previstos nas alíneas ‘c’ e ‘d’, as Doações ou Patrocínios com valor entre R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) e R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) dispensam a aprovação do nível 5.

2. Os valores devem ser convertidos para o montante equivalente na moeda local na qual a operação está localizada, utilizando a taxa de câmbio na data em que a solicitação de Doação ou Patrocínio for realizada.



4.2.2 Fluxo de aprovação simplificado – Doações de produtos (fabricados pela Companhia) e Patrocínios em produtos, serviços ou dinheiro, com valores de referência abaixo de R\$5.000,00 (cinco mil reais)

Doações de produtos fabricados pela Companhia e Patrocínios com valores de referência abaixo de R\$5.000,00 (cinco mil reais) para entidades privadas podem ser realizados via fluxo simplificado. O pedido deve ser registrado no Formulário de Solicitação de Doações ou Patrocínios, anexo a esta Política, que representa uma autodeclaração do Solicitante de que a Doação ou o Patrocínio cumpre as premissas desta Política. O Formulário deve ser assinado pelo Gerente da área solicitante.

Além do Formulário, o Solicitante deve garantir a assinatura do Termo de Compromisso padrão pelo Beneficiário, anexo a esta Política.

De posse do Formulário e do Termo de Compromisso, devidamente preenchidos e assinados, a Doação ou Patrocínio pode ser liberado de acordo com os controles locais.

É de responsabilidade do Gerente da área solicitante manter os registros, documentos e evidências da Doação e Patrocínio em arquivo local, conforme itens 4.4.4e 4.5.2 desta Política.

4.3 DIRETRIZES ESPECÍFICAS PARA DOAÇÕES E PATROCÍNIOS A ÓRGÃOS PÚBLICOS EM QUALQUER VALOR DE REFERÊNCIA

Doações ou Patrocínios realizados, direta ou indiretamente, a Órgãos Públicos, somente deverão ser realizados se estiverem em conexão com os fins mencionados abaixo.

- Promoção do bem-estar da comunidade;
- Incentivar hábitos saudáveis;
- Promoção do desenvolvimento social e da proteção do meio ambiente; e/ou
- Contribuição para o desenvolvimento de comunidades, cidades e regiões, preferencialmente em locais onde a empresa mantém unidades industriais e/ou unidades administrativas.

É proibido realizar Doações ou Patrocínios para Órgãos Públicos se:

- Violarem as leis vigentes no país onde serão realizados;
- Não estiverem de acordo com a visão, missão e os valores da BRF;
- Tiverem conotação político-partidário;
- Promoverem - direta ou indiretamente - qualquer tipo de discriminação;
- Prejudicarem o meio ambiente, colocarem animais em perigo ou apresentarem riscos à vida humana;
- Existir um conflito de interesses entre as partes envolvidas, seja por motivo de existência de vínculo familiar comprovado e / ou relação de emprego entre as partes, conforme estabelecido na Política de Conflito de Interesses da BRF.



As Doações e Patrocínios realizados, direta ou indiretamente, a Órgãos Públicos devem ser aprovadas pelo VP da área solicitante e Conselho de Administração, conforme fluxo padrão descrito no item 4.2.1 acima.

4.4 DIRETRIZES ESPECÍFICAS DE DOAÇÕES

4.4.1 Doações de Produtos Próximos ao Vencimento

A BRF está comprometida com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas, especialmente para a erradicação da fome por meio de Doações de produtos que permitam evitar o desperdício de alimentos.

Doações de Produtos Próximos ao Vencimento só podem ser feitas por meio de entidade homologada pelo Instituto BRF, seguindo as mesmas diretrizes mencionadas nesta Política, normas internas e legislação vigente.

Para esse tipo de Doação, recomenda-se que o Beneficiário assine o Termo de Compromisso, anexo a esta política, por meio do qual garante o atendimento às regras informadas de guarda e uso dos produtos BRF e que não realizará qualquer tipo de comercialização indevida dos produtos doados.

A Doação de Produtos Vencidos (produtos cujo prazo de validade tenha expirado) é expressamente proibida e a destinação desses produtos deverá observar a legislação vigente.

4.4.2 Doações para Ajuda Humanitária

Doações para atender situações de emergência pós-desastre serão realizadas exclusivamente pelo Instituto BRF. Toda Doação para Ajuda Humanitária, seja feita por meio de recursos financeiros ou serviços prestados por recursos humanos (voluntariado corporativo), requer o cumprimento dos fluxos de aprovações mencionados na Tabela 1 desta Política.

4.4.3 Doação Política ou Doações para Campanhas Eleitorais

As seguintes Doações são proibidas:

- (i) qualquer coisa ou valor ou quaisquer produtos a candidatos políticos, partidos ou quaisquer associações Políticas; e
- (ii) qualquer coisa de valor ou produtos para eventos com a participação ou promoção de candidatos ou partidos políticos ou de quaisquer associações Políticas.

NOTA: Durante o período de Campanhas Eleitoral, igualmente é proibido: (i) Participação de candidatos políticos em eventos promovidos ou apoiados pela BRF e visitas de candidatos políticos a fábricas da BRF, centros de distribuição e quaisquer



outras instalações da BRF; e (ii) Prestação de serviços de qualquer natureza, empréstimos de veículos e outros atos que beneficie candidatos políticos, terceiros ou partidos políticos.

Além disso, quaisquer Doações de valor ou produtos a instituições educacionais, de saúde e organizações sem fins lucrativos que tenham qualquer ligação direta ou indireta com os candidatos ou partidos políticos ou quaisquer associações políticas são proibidas.

A BRF não endossa nem autoriza Doações a candidatos políticos, partidos ou quaisquer associações políticas. Se um Funcionário BRF decidir fazê-lo como indivíduo, a responsabilidade será exclusivamente sua. Essa Doação deve ser de natureza pessoal, sem qualquer tipo de vínculo com a BRF.

4.4.4 Documentos necessários para realização de Doações

O Beneficiário deverá, por intermédio do Funcionário, enviar os seguintes documentos/confirmações para requisição de uma Doação, quando aplicável:

1. Cópia do cartão do CNPJ e Razão Social;
2. Documento que conste o(s) nome(s) e CPF(s) dos representante(s) legal(is) do Beneficiário;
3. Declaração, informando se há alguma participação de Órgão Público ou Pessoa Politicamente Exposta no Beneficiário, seja por recebimento de verba ou de doações para manter o funcionamento da instituição. Se sim, informar a forma e o percentual de participação;
4. Comprovante bancário com os dados bancários completos do CNPJ para o qual será realizada a doação;
5. Termo de Compromisso assinado pelo Beneficiário com as seguintes garantias:
6. Garantia de obediência das regras informadas de guarda e uso dos produtos BRF e garantia do comprometimento de repassar as orientações a quaisquer terceiros que possam receber os referidos produtos;
7. Garantia de não utilização comercial de quaisquer dos produtos, bem como garantia de abstenção de associação das marcas BRF (ainda que indiretamente com a exposição dos produtos) com quaisquer outras marcas, principalmente de concorrentes diretos;
8. Compromisso de validação prévia com a BRF sobre todo material de divulgação correlato à Doação que faça menção direta à BRF e/ou à Doação dos produtos.

Ao final da Doação, o Solicitante deverá manter registro dos seguintes documentos:

1. Evidências que comprovem que os produtos, serviços e/ou valores doados foram devidamente utilizados, conforme fins propostos;
2. Confirmação de que todos os produtos foram recebidos nas condições ideais para consumo, respeitando todas as normas legais e infralegais aplicáveis;



4.5 DIRETRIZES ESPECÍFICAS DE PATROCÍNIOS

Somente serão patrocinados os projetos e eventos que fortaleçam o reconhecimento das marcas da BRF, que cumpram as finalidades das leis que definem as diferentes modalidades de incentivo fiscal no caso de Patrocínios incentivados, e que ocorram sem a participação de Marcas Concorrentes.

Os Patrocínios devem estar alinhados a estratégia de Marketing da Companhia, conforme definição da Diretoria de Marketing da BRF, e aprovados conforme fluxos descritos na Tabela 1 desta Política.

O uso dos logotipos da Companhia, para fins de Patrocínio, deve sempre estar em conformidade com os padrões de identidade visual da BRF, conforme o Manual de Marca Corporativa, fornecido pela Diretoria de Marketing da BRF.

A BRF se reserva do direito de dar total transparência e publicidade às ações patrocinadas, preferencialmente divulgando tais eventos e iniciativas nos sites da BRF.

4.5.1 Patrocínios Institucionais

A BRF busca participar de eventos, exposições, feiras e ações, preferencialmente, com temas relacionados ao negócio, desenvolvimento local e alinhados à estratégia de negócio da Companhia, com o objetivo de fortalecer seu posicionamento institucional dentro do setor de proteína animal e de alimentos, além de reforçar o reconhecimento da marca BRF e das suas marcas de consumo.

4.5.2 Documentos necessários para realização de Patrocínios

O Beneficiário deve, por intermédio do Funcionário da BRF, enviar os seguintes documentos para requisição de um Patrocínio, quando aplicável:

1. Cópia do cartão do CNPJ e Razão Social;
2. Documento que conste o(s) nome(s) e CPF(s) dos representante(s) legal(is) do Beneficiário;
3. Declaração, informando se há alguma participação de Órgão Público ou Pessoa Politicamente Exposta no Beneficiário, seja por recebimento de verba ou de doações para manter o funcionamento da instituição. Se sim, informar a forma e o percentual de participação;
4. Solicitação formal de Patrocínio, endereçada à BRF, assinada pelo representante legal do proponente, incluindo nome do projeto, objetivo, recursos solicitados, período e local de realização e, nos casos de projetos incentivados, o número de inscrição dos mesmos nos respectivos órgãos públicos específicos, bem como o prazo para captação de recursos.
5. Identificação das cotas de Patrocínio;
6. Proposta de contrapartidas;
7. Informação de eventuais valores já captados, com a identificação dos respectivos patrocinadores;
8. Termo de Compromisso assinado pelo Beneficiário com as seguintes garantias:



BRF S.A.

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

1. Garantia de obediência aos parâmetros de utilização dos logotipos (cor, tamanho, grafia, etc.) indicados pelo time de Marketing na utilização da marca;
2. Declaração de abstenção de associação das marcas BRF (ainda que indiretamente com a exposição dos produtos) com quaisquer outras marcas, principalmente Marcas Concorrentes, sem prévio e expresse consentimento, por escrito, do time de Marketing;
3. Compromisso de validação prévia com a BRF sobre todo material de divulgação do evento que exponha ou mencione as marcas da Companhia e/ou seus produtos;

Ao final do Patrocínio, o Solicitante deverá manter arquivo dos seguintes documentos:

1. Evidências que comprovem a correta destinação dos serviços, valores e/ou produtos do Patrocínio.
2. No caso de Patrocínios de projetos incentivados, extrato da declaração da prestação de contas do projeto incentivado para o Órgão Público, bem como uma declaração do Beneficiário de que todas as prestações de contas foram feitas em conformidade com a legislação vigente;
3. Confirmação de que todos os produtos, serviços e/ou valores foram recebidos nas condições ideais para consumo, respeitando todas as normas legais e infralegais aplicáveis.

4.6 ITENS QUE NÃO SÃO TRATADOS COMO DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

Os itens abaixo não devem ser tratados como Doações ou Patrocínios e, portanto, não estão contemplados nesta Política e devem ter seus lançamentos registrados em contas contábeis específicas para sua finalidade:

- a) Amostras comerciais ou laboratoriais: concessão de amostras de produtos da BRF para que clientes conheçam os produtos, ou para atendimento de fiscalização e análises laboratoriais, ou para pesquisas em universidades e instituições conveniadas;
- b) Campanhas e bonificações: são ações de reconhecimento de clientes ou fornecedores. Nesses casos, as diretrizes são estabelecidas pela Diretoria Comercial da BRF;
- c) O Gerenciamento de resíduos e sucatas: são destinados ou dispostos de acordo com sua natureza. Caso haja pagamento pela BRF no caso de destinação, a operação deverá ser tratada como compra e venda de resíduos, e como disposição final em caso de rejeitos; e
- d) Repasse de produtos aos integrados e vizinhos dos integrados para cumprimento de exigências sanitárias.



4.7 TRATAMENTO TRIBUTÁRIO DAS DESPESAS EFETUADAS A TÍTULO DE DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

Para fins de tomada do incentivo fiscal das Doações e Patrocínios incentivados, caberá a área responsável manter boa guarda de toda documentação suporte que comprove a elegibilidade da empresa ao incentivo fiscal bem como informar à equipe de apuração de Imposto de Renda do CSC sobre a realização da Doação/Patrocínio para que o benefício seja considerado no cálculo do referido imposto.

À equipe de apuração de Imposto de Renda do CSC caberá aplicar as deduções cabíveis para cada tipo de Doação/Patrocínio informado, sempre observando os limites determinados pela legislação aplicável a cada um dos benefícios.

4.8 CONTROLES

A Diretoria de Compliance monitora, regularmente, todas as Doações e Patrocínios realizados a fim de verificar a correta aplicação desta Política.

5 DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

- CE 01.1.100 - Manual de Transparência BRF / *BRF Transparency Guide / Manual de Transparencia BRF.*
- PC 28.1.003 - Política Corporativa Antissuborno e Anticorrupção / *Anti-bribery and Anti-corruption Corporate Policy.*
- PC 28.1.002 - Política Corporativa de Brindes, Presentes e Entretenimento / *Gifts, Presents and Entertainment Corporate Policy.*
- PC 28.1.005 - Política Corporativa de Conflito de Interesses / *Conflict of Interests Corporate Policy.*
- Política de Transações com Partes Relacionadas.

-

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

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

7 APROVAÇÕES

RESPONSÁVEL	ÁREA
ELABORAÇÃO	Diretoria Global de <i>Compliance</i>
REVISÃO	Diretoria Executiva e Comitês de Assessoramento do Conselho de Administração
APROVAÇÃO	Conselho de Administração

GLOSSÁRIO

Ajuda Humanitária: Auxílio ou ajuda concedida como resultado de situações de emergência ou pós-desastres. Desastre é entendido como acontecimento desastroso de grande proporção, geralmente relacionado a fenômenos naturais, tais como chuva e inundação, tufões, furacões, vulcões, etc.

Análise Reputacional: Procedimento compreendido na realização de pesquisas reputacionais (*screening*) em terceiros, que desejam se relacionar ou já se relacionam com a Companhia, para compreensão do grau de riscos que, eventualmente, podem estar associados a eles.

Beneficiário: Pessoa física, jurídica ou entidade que recebe uma doação ou patrocínio, ficando responsável pela sua gestão e uso adequado.

Comitê de OPEX/CAIXA: Além das atribuições regulares do comitê de OPEX/Caixa, cabe a este colegiado avaliar todas as requisições de, doações, consultorias e patrocínios, independentemente do valor.

Comitê de Doações e Patrocínios: É composto pelas Diretoria de Relações Institucionais, Diretoria de Marketing, Diretoria de Reputação Corporativa e Instituto BRF, com apoio da Diretoria de Compliance e Diretoria Jurídica. O Comitê tem por objetivo avaliar e deliberar as solicitações de Doações e Patrocínios conforme estratégia de Marketing e de negócios da Companhia.



BRF S.A.

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

Doação: Para efeitos do presente documento, a definição de doação consistirá na transferência, por parte da BRF, de bens ou benefícios para entidades ou pessoas (sejam elas públicas ou privadas, lucrativas ou sem fins lucrativos), quer sejam sob a forma de recursos financeiros, recursos humanos, bens ou serviços sem encargos, ou, ainda, de produtos. Todas as atividades realizadas como parte do programa de responsabilidade social da BRF serão consideradas contribuições ou doações, de qualquer natureza, para o propósito desta Política.

Doações Políticas ou Doações para Campanhas Eleitorais: Doações para fins políticos, em que o Beneficiário é direta ou indiretamente relacionado a partidos políticos, candidatos políticos ou agentes em cargos políticos em órgãos governamentais.

Formulário de Solicitação de Doação ou Patrocínio: Documento que deve ser preenchido pelo requerente da Doação, ou Patrocínio, anexo a esta Política, e anexado à solicitação.

Funcionário: Todos os indivíduos que trabalham em todos os níveis da organização, incluindo gerentes seniores, executivos, diretores, funcionários, consultores, prestadores de serviços, estagiários, trainees, trabalhadores em domicílio, trabalhadores com contratos a tempo parcial e por tempo determinado, ocasionais e terceiros trabalhando para a Companhia.

Marcas Concorrentes: Marcas das empresas concorrentes nas categorias proteína animal, margarinas e *spreads*.

Órgão Público: Para os fins desta Política, o termo "Órgão Público" é amplamente definido de modo a incluir, mas não se limitando a:

- Qualquer governo, entidade detida ou controlada pelo governo, administração direta, indireta e fundacional, departamento ou órgão do governo, departamento (seja ele executivo, legislativo, judiciário ou administrativo), incluindo: municípios, governo Estadual e Federal, agências, agências reguladoras, alfândegas, escolas, universidades, instalações de saúde, delegacias de polícia, entidades militares, repartições fiscais locais, emissores de autorizações, aprovações, licenças governamentais e vistos;
- Uma organização pública internacional ou qualquer departamento ou agência internacional (por exemplo, as Nações Unidas, o Fundo Monetário Internacional, o Comitê Organizador Olímpico, o Comitê da FIFA, o Banco Mundial, etc.).
- Um partido político ou um candidato já eleito.

Partes Relacionadas: Uma pessoa, ou um membro próximo da família desta pessoa, será uma Parte Relacionada da Companhia e/ou de qualquer de suas subsidiárias, caso: (i) tenha controle pleno ou compartilhado da Companhia ou de qualquer de suas subsidiárias; (ii) tenha influência significativa sobre a Companhia ou qualquer de suas subsidiárias; (iii) seja pessoa chave da administração da Companhia, de qualquer de suas subsidiárias ou do controlador da companhia ou de qualquer de suas subsidiárias.



Partido Político: Pessoa jurídica de direito privado que se destina a assegurar, no interesse do regime democrático, a autenticidade do sistema representativo e a defender os direitos fundamentais definidos na Constituição Federal.

Patrocínio: Provisão de recursos financeiros, humanos, serviços ou produtos da BRF para um evento ou atividade, seja para comercialização e/ou finalidades institucionais, com a associação de marcas da BRF e com o patrocínio referido como contraparte.

Pessoa Politicamente Exposta: Qualquer pessoa que se enquadre em um ou nos grupos de: (1) pessoas públicas, que desempenham ou que tenham desempenhado, nos últimos 05 (cinco) anos cargos, mandatos eletivos ou não, empregos ou funções públicas relevantes, nos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, no Brasil ou em países, territórios e dependências estrangeiros; (2) Dirigentes e ocupantes de cargos estratégicos em partidos políticos ((1) e (2) em conjunto são “Agentes Públicos”); e (3) representantes, familiares e outras pessoas do relacionamento próximo dos Agentes Públicos, bem como pessoas jurídicas em que esses participem.

Produtos Próximos ao Vencimento: Produtos cujo prazo de validade esteja próximo à data de vencimento (classificado com as cores laranja ou vermelho).

Produtos Vencidos: Produtos cujo prazo de validade tenha expirado e que, portanto, são expressamente proibidos de serem doados.

Qualquer Coisa de Valor: Para o propósito dessa Política e em termos gerais, qualquer coisa de valor pode contemplar quantias em dinheiro, mas não se limitando a valores monetários¹, pode incluir também: bens, serviços, ativos, benefícios intangíveis², presentes, entretenimento, viagens e hospitalidade, produtos ou bens concedidos com desconto ou gratuitamente.

Terceiro: Fornecedores, prestadores de serviços, intermediários, parceiros de negócio que prestam serviço para a BRF, clientes e qualquer pessoa que receber procuração para atuar em nome da BRF.

¹Exemplos de valores monetários são: qualquer quantia em dinheiro, cartões-presente ou equivalente, pagamentos de dívidas ou despesas, empréstimos ou garantias de empréstimos e doações ou contribuições de qualquer natureza.

²Exemplos de benefícios intangíveis são: oferta de emprego a qualquer terceiro (seja a um Funcionário do Governo ou a Entidades privadas visando a obter fins impróprios), oportunidades de negócios com a BRF, convite para eventos exclusivos que não tenham sido devidamente avaliados e aprovados pela área apropriada, o fornecimento de aconselhamento ou assistência na negociação de uma transação comercial.



Versão em Inglês /English Version

1 OBJECTIVE

This Corporate Policy (“Policy”) establishes the directives from BRF S.A. and its subsidiaries (“BRF” or “Company”) regarding Donations and Sponsorships, in complement to the definitions contained in BRF Transparency Guide (CE 01.1.100), our code of conduct.

For the purpose of this Policy, the terms underlined and their variations will have their meaning contained in the Glossary.

2 APPLICABILITY

This Policy is applicable to all BRF’s Employees (“Employee” or “Requester”), Beneficiaries, as well as to any Third Party who works for BRF, either in Brazil or overseas. Every Third Party must assure that their actions on behalf of BRF meet the same standards of integrity expected from BRF’s Employees.

3 ROLES AND RESPONSIBILITIES

3.1 COMPLIANCE DEPARTMENT

It is up to the Compliance Department: (i) to establish any doubt regarding this Policy; (ii) establish procedures and instructions necessary for its implementation; (iii) inform and train the rules defined in this Policy; (iv) monitor all Donations and Sponsorships in order to assure accession to the Policy; (v) conduct Reputational Analysis of potential Beneficiaries, whenever necessary, evaluate the existence of possible conflict of interests and deliberate requests according to results from reputational research.

3.2 MARKETING DEPARTMENT

It is the responsibility of the Marketing department: (i) define a marketing strategy to deliberate requests of Sponsorships; (ii) deliberate requests of Sponsorships, using the consumption brands from BRF, aligned with the strategy of every brand and according to the competence of their board, in the Donations and Sponsorships Committee; (iii) make available the standards of use of the brand; (iv) monitor continually national and regional Sponsorships, with the use of the brands of consumption from BRF, aiming at checking if the Sponsorship is meeting its targets and if the counterparts are being



received according to the plan and within legal limits; (v) assure the budget and schedule to carry out global and domestic Sponsorships in the marketing area; (vi) inform corporate competent areas to evaluate the rules and criteria established in the projects that involve fiscal incentives (Legal and Fiscal).

3.3 CORPORATE REPUTATION DEPARTMENT

It is under the responsibility of the Corporate Reputation area: (i) evaluate and approve Sponsorship request making use of BRF's institutional brand, according to the competence of the Donations and Sponsorships Committee; (ii) make corporate brand usage manual available for Requesters; (iii) continuously monitor national and regional Sponsorships, with the usage of BRF's brand, in order to check if the Sponsorship is meeting its goal and if the counterparts are being received as planned and within legal limits; (iv) assure global and domestic budget and schedule for Sponsorships using the brand BRF, according to defined strategy.

3.4 CORPORATE AFFAIRS DEPARTMENT

It is under the responsibility of the Corporate Affairs area to evaluate and deliberate Donations and Sponsorships requests, in compliance with the Company's business strategies according to the competence of its board in the Donations and Sponsorships Committee.

3.5 REQUESTING DIRECTORSHIP/MANAGEMENT

It is the responsibility of the Requester area: (i) meet this Policy; (ii) assure budget for Sponsorships (regional and local) and Donations according to the defined schedule; (iii) file documents related to requested and performed Donations and Sponsorships; (iv) monitor and register Donations and Sponsorships evidences, in order to check if the goals are being met and if the counterparts, in case of Sponsorships, occurred as planned; (v) inform competent corporate areas to evaluate established rules and criteria in the project that involve fiscal incentives (Legal and Fiscal); (vi) assure that the request does not violate any local regulations and the internal norm or policy of the Company; (vii) evaluate if there are value limitation rules, food or sanitary restrictions in the country which the Donation or Sponsorship will be done.

3.6 LEGAL DEPARTMENT

It is up to the Legal Department Area to elaborate a contract instrument for Donations or Sponsorships, observing the directives of this Policy and deliberate requests in which



the Beneficiary leaders are classified as related party, in compliance with the Corporate Policy of Transactions with the related parties.

3.7 BRF'S EMPLOYEES

It is up to all BRF's employees to meet the directives established in this document, participate in training on this policy and assure that all the Third Parties that may come to join any Donation or Sponsorship, through it be informed about this content.

Promptly inform, via the Transparency Channel, any improper request as well as any suspicion of violation of the principles contained in this Policy or in the BRF's Transparency Manual.

3.8 BRF'S INSTITUTE

The BRF Institute is responsible for: (i) deliberating ant requests of social Donations and incentivized Sponsorships, aligned with the strategy of social investment, in the Donations and Sponsorships Committee; (ii) conduct Donations of Humanitarian Aid; (iii) manage and conduct Donations of products next to the expiration date, making use of accredited institution of this purpose and respecting the local legislation for this task; (iv) conduct Donations, by means of its Social Investment Committees network, in compliance with flows proposed in this Policy.

4 GUIDELINES

4.1 APPLICABLE PREMISES TO ALL TYPES OF DONATIONS AND SPONSORSHIPS

BRF is committed in promoting the local development and quality of life in communities, especially in places where it acts. Every Donation must be aligned with a strategy of the Company to strengthen liaisons with the interested parties and its beliefs regarding social causes, generating positive impact in society; there must be a socio-cultural purpose, and/or educational and/or humanitarian, without inappropriate counterpart. Every Sponsorship must be aligned with marketing strategies from the Company's brands.

Every Donation and Sponsorship must be in compliance with the applicable legislation, as well as with BRF's Transparency Manual and its Anti-Bribery and Anti-Corruption Policies and Conflict of Interest.

It is forbidden to make Donations or Sponsorships:



- (i) That may violate applicable laws;
- (ii) That may generate conflict of interest, may it be apparent or potential;
- (iii) That harm the reputation of BRF; and
- (iv) Suited for a Beneficiary whose legal representatives or managers are part related to BRF.

The concession of any Donation or Sponsorship does not imply in automatic approval of the right to use the logo or visual identities from BRF. Specific approvals are necessary to make use of every logo from the responsible areas, according to the case.

4.2 DIRECTIVES REGARDING NECESSARY REQUESTS AND APPROVALS

Any BRF Employee may submit a Donation or Sponsorship to be evaluated by the responsible areas, following the standard or simplified approval flow, according to the rules following described. The submission of a request may be via system or e-mail, according to the applicable procedure of every country.

To request a Sponsorship or Donation, the Employee must be aware of the integrity of this Policy and provide the necessary information and documents for the request (according to items 4.4.4 and 4.5.2 below). The Requester and the Beneficiary must assure the veracity and integrity of the provided information.

Donations and Sponsorships must not be done until all the approval flow has been followed and done completely, according to the rules described as follows.

Monetary Donations or Sponsorships will be done by means of bank deposit in a bank account whose account holder is the Beneficiary. Those Donations and Sponsorships done with products or services must be delivered as agreed in contract. It is strictly forbidden the transference to any individual or company who is not the approved Beneficiary, and this condition must be included in the Donation or Sponsorship contract signed between the parties.

The contract signed between the Beneficiaries must contain an anti-corruption clause which is the standard of the company, by means of which the other party declares to know and fulfill the applicable anti-corruption legislation, during the validity of the contract, and should it not be met it is just cause for the termination of the bond between the parties.

Any change in the scope of the Donation or Sponsorship in question (for example: regarding the type, Beneficiary, goods to be donated or amount to be sponsored, services, form of payment, etc.) demands the Requester to re-start the approval process.



Goods, products, services and financial resources destined by BRF by means of Donations or Sponsorships must be used exclusively for the means agreed in the contract.

4.2.1. Standard approval flow – Donations and Sponsorships

Must follow the standard approval flow the following types of requests:

- a) Donations of any good or sum (except products produced by the Company), in benefit of any private entity;
- b) Donations and Sponsorships in cash, products or services, to Government Entity in any sum, or middlemen by private entity, of any sum, whose final Beneficiary is a Government Entity;
- c) Donations of products produced by the Company for private entities in which the reference available resources are over R\$ 5.000,00;
- d) Sponsorships in cash, products or services for private entities in which the reference available resources are over R\$ 5.000,00.

Table 1 - Donations and Sponsorships standard approval flow

Approval 1	Approval 2	Approval 3	Approval 4	Approval 5 – according to sum	Contract Signature
Immediate Manager	Donations and Sponsorships Committee	Opex Committee * Only for Donations	Compliance area	<p>If it is “a” and “b”: Approval from VP of requesting area and Board of Directors</p> <p>If it is “c” and “d” and the sum is similar or over R\$50.000,00 (fifty thousand reais) and lower than R\$</p>	According to powers granted in specific power-of-attorney



				100.000,00 (one hundred thousand reals): Approval from the requesting area VP	
				If it is “c” and “d” and the sum is similar or over R\$100.000.000 (one hundred thousand reals) and lower than R\$ 8.000.000,00 (eight million reals): Approval from CEO or COO	
				If it is “c” and “d” and the sum is similar or over R\$ 8.000.000,00 (eight million reals): Approval from the Board of Directors	

NOTES:

1. For cases foreseen in lines ‘c’ and ‘d’, as Donations or Sponsorships with sums between R\$ 5.000,00 (five thousand reals) and R\$ 50.000,00 (fifty thousand reals) waive approvals from level 5.



2. The sums must be converted to the amount equivalent to the local currency in which the operation is found, using exchange rates from the request date when the Donation or Sponsorship is done.

4.2.2 Simplified approval flow – Product donations (produced by the company) and Sponsorships in products, services or cash, with reference sums below R\$5.000,00 (five thousand reais)

Donations of products manufactured by BRF and Sponsorships with reference sums lower than R\$5.000,00 (five thousand reais) to private entity may be done via simplified flow. The request must be registered in the Donations or Sponsorships Request Form, attached to this policy, which represents a self-declaration from the Requester that the Donation or Sponsorship meets the premises of this policy. The Form must be signed by the Requester Area manager.

Besides the Form, the Requester must assure the signature of the standard Commitment Agreement by the Beneficiary, attached to this Policy.

Once the Commitment Term and Form, dully filled out and signed is in hand, the Donation or Sponsorship may be cleared according to the local controls.

It is the responsibility of the Requester Area Manager to keep the records, documents and evidence of Donations and Sponsorships in local file, in compliance to items 4.4.4 and 4.5.2 from this Policy.

4.3 SPECIFIC DIRECTIVES FOR DONATIONS AND SPONSORSHIPS TO GOVERNMENT ENTITY FOR ANY REFERENCE SUM

Donations or Sponsorships carried out directly or indirectly to Government Entity, must only be done if they are in connection with the means mentioned below:

- Promotion of the community well-being;
- Encourage health habits;
- Promotion of social development and protection of environment; and/or
- Contribution for the development of communities, cities and regions, preferably in areas where the company keeps its plants and/or administrative offices.

It is forbidden to make Donations or Sponsorships to Government Entity if:

- Violate the country's current legislation where they are performed;
- They are not in compliance with the vision, mission and values of BRF;
- They have political-partisan connotation;
- Promote – directly or indirectly – any type of discrimination;
- Harm the environment, put animals at risk or present risk to human life;



- Exist a conflict of interest between the involving parties, either by proved familiar bond and/or employment relation between the parties, according to what is established in the BRF's Policy of Conflict of Interest.

Donations and Sponsorships made directly or indirectly to Government Entity must be approved by the VP of the requesting area and Board of Directors, according to the standard flow described in item 4.2.1 above.

4.4 DONATION SPECIFIC DIRECTIVES

4.4.1 Donation of Products close to the expiration date

BRF is committed to the Sustainable Development Objectives (SDO) from the United Nations, specifically to the eradication of starvation by means of product Donations that allow the prevent food waste.

Donations of Products Close to the Expiration may only be done by means of certified entity from the BRF Institute, following the same directives mentioned in this Policy, internal norms and current legislation.

For this type of Donation, it is recommended that the Beneficiary signs a Commitment term, attached to this policy, by means of which assures compliance to the informed rules of custody and use of BRF's products and that shall not make use of any type of wrongful commercialization of the donated products.

The Donation of Expired Products (products which expiration date is overdue) is strictly prohibited and the destination of these products must observe the current legislation.

4.4.2 Donation for Humanitarian Aid

Donations to meet post-disaster emergency situations will only be done by BRF's Institute. Every Donation for Humanitarian Aid, done by financial resource means or services rendered by human resources (corporate volunteering), requires fulfillment of approval flow mention in Table 1 of this Policy.

4.4.3 Political Donation for Election Campaign

The following Donations are prohibited:

(i) Anything or value or any product to political candidates, parties or any Political associations; and

(ii) any valuable thing or products for events with the participation or promotion of candidates of political parties or any Political associations.



NOTE: During Electoral Campaign periods, it is equally prohibited: (i) Participation of political candidates in events promoted or supported by BRF and visits of political candidates to any of BRF's plants, distribution centers and any other BRF's facilities; and (ii) Provision of services of any nature, loans of vehicles and other acts that may benefit political candidates, Third Parties or political parties.

Besides that, any Donations of monetary sums or products to educational and health institutions, non-profit organizations which have any direct or indirect bond with candidates or political parties or any political associations are strictly prohibited.

BRF does not endorse nor authorize Donations to political candidates, parties or any political associations. If any BRF Employee decides to do so as individual, it is their entirely responsibility. This Donation must be of personal nature, without any bond to BRF.

4.4.4 Necessary documents for Donations

The Beneficiary must, by means of the Employee, send the following documents/confirmations for the requirement of a Donation, whenever applicable:

1. Copy of Federal Corporate Taxpayer Registration Number and Corporate Registered Name;
2. Document containing the name(s) and Individual Taxpayer Registration Number from the legal representative of Beneficiary;
3. Statement, informing if there is any participation of Government Entity or Politically Exposed Person in the Beneficiary, either by receiving budgets or Donations to keep the operation of the institution. If so, inform the way and percentage of participation;
4. Bank receipt with full bank account information and Federal Corporate Taxpayer Registration Number to which the Dotation will be done;
5. Commitment Term signed by the Beneficiary with the following guarantees:
6. Guarantee of obedience of informed rules of custody of BRF's products usage and guarantee of commitment to inform the guidelines to any Third Party that may receive the regarding products;
7. Guarantee not to use any of the products for commercial purposes, as well as assure abstention of association of BRF's brands (even indirectly with the exposition of products) with any other brands, mainly from direct competitors;
8. Commitment of previous validation with BRF of all the marketing material regarding the Donation which refers directly to BRF and/or Donation of products.

At the end of the Donation, the Requester must keep records of the following documents:

1. Evidence that proves that the products, services and/or values donated were dully used, according to the proposed purposes;
2. Confirmation that all the products were received in conditions ideal for consumption, respecting all the legal and infra-legal applicable norms.



4.5 SPECIFIC DIRECTIVES FOR SPONSORSHIPS

Only the projects and events that strengthen the recognition of BRF's brands will be sponsored, which meet the purposes from the law which define different modalities of fiscal incentives in case of stimulated Sponsorships, which occur without the participation of Competing Brands.

The Sponsorships must be aligned to the Company's marketing strategy, according to definition from BRF's Marketing Department, and approved according to the flow described in Table 1 from this Policy.

The usage of the Company's logo, for Sponsorship purposes, must always be under conformance with BRF's visual identity standards, in compliance with the Corporate Brand Manual, provided by BRF's Marketing Department.

BRF reserves the right to give total transparency and publicity to sponsored actions, preferably informing such events and initiatives in BRF's sites.

4.5.1 Institutional Sponsorships

BRF seeks to attend events, expositions, fairs and functions, preferably with themes related to the business, local development and aligned with the Company's business strategies, aiming at strengthening its institutional positioning within the animal protein and animal sector, and also reinforce recognition of BRF's brands and its consumption brands.

4.5.2 Necessary documents for sponsorships

The Beneficiary must, by means of BRF's Employee, forward the following documents to apply for Sponsorship, whenever applicable:

1. Copy of Federal Corporate Taxpayer Registration Number and Corporate Registered Name;
2. Document containing the name(s) and Individual Taxpayer Registration Number from the legal representative of Beneficiary;
3. Statement, informing if there is any participation of Government Entity or Politically Exposed Person in the Beneficiary, either by receiving budgets or Donations to keep the operation of the institution. If so, inform the way and percentage of participation;
4. Formal request of Sponsorship, addressed to BRF, signed by the proponent legal representative, including name of project, objective, requested resources, period and site where it will be carried out and in case of incentivized projects, the number of their enrollment in the respective public offices, as well as the deadline to collect these resources.
5. Identification of Sponsorship quota;
6. Proposal of counterparts;



BRF S.A.

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

7. Information of eventual sums already collected, with the identification of the respective sponsors;
8. Term of commitment signed by the Beneficiary with the following guarantees:
9. Guarantee of compliance with the parameters of usage of logs (color, size, spelling, etc.) appointed by the Marketing Department regarding the usage of the brand;
10. Declaration of abstention of association with BRF's brands (even if indirectly with the exposition of the products) with any other brands, mainly Competing Brands, without previous notice, by writing, from the marketing team;
11. Commitment with previous validation with BRF regarding all the marketing material from the event that exposes or mentions the Company's brand and/or its products;

At the end of the Sponsorship, the Requester must keep all the following documents in file:

1. Evidence that proves correct destination of services, values and/or products from the Sponsorship.
2. In case of Sponsorships of encouraged projects, statement of provision of accounts from the encouraged project to the Government Entity, as well as a statement from the Beneficiary that all the provision of account was met under conformance of the current legislation;
3. Confirmation that all the products, services and/or values were received under ideal conditions for consumption, respecting all the legal applicable norms.

4.6 ITEMS WHICH ARE NOT TREATED AS DONATIONS OR SPONSORSHIPS

The items below must not be treated as Donations or Sponsorships and, therefore, they are not covered in this Policy and must have their release registered in specific accounts for this purpose:

- a) Commercial or laboratory samples: concession of BRF's product samples so that customers may get acquainted with the products, or to comply with inspection and laboratory analysis, or for research in universities and affiliated institutions;
- b) Campaigns and bonuses: They are actions of recognition of customers or suppliers. In these cases, the directives are established by BRF's Commercial Board of Directors;
- c) Management of residues and junk: They are treated or disposed according to their nature. Should there be any payment by BRF in case of destination, the operation must be dealt as purchasing and sale of resides, and as final disposition in case of waste; and
- d) Transfer of products to integrated farmers and their neighbors to meet sanitary demands.



4.7 TAXABLE TREATMENT OF PERFORMED EXPENSES FOR DONATIONS AND SPONSORSHIPS

For the purpose of fiscal incentives decisions for Donations and Sponsorships incentivized, it is up to the responsible area to keep good custody of all the supporting documentation which proves eligibility of the company to the fiscal incentive as well as informing the team that calculates the CSC Income Tax over the Donation/Sponsorship so that the benefit is considered in the calculations of the mentioned tax.

The team that calculates the CSC Income Tax is responsible for applying the pertinent deductibles for every type of informed Donation/Sponsorship, always observing the limits imposed by the applicable legislation of every single benefit.

4.8 CONTROLS

The Compliance Directorship monitors, regularly, all the Donations and Sponsorships made in order to check the correct application of this Policy.

5 REFERENCE DOCUMENTS

- CE 01.1.100 - *Manual de Transparência BRF / BRF Transparency Guide / Manual de Transparencia BRF.*
- CP 28.1.003 - *Política Corporativa Antissuborno e Anticorrupção / Anti-bribery and Anti-corruption Corporate Policy.*
- CP 28.1.002 - *Política Corporativa de Brindes, Presentes e Entretenimento / Gifts, Presents and Entertainment Corporate Policy.*
- CP 28.1.005 - *Política Corporativa de Conflito de Interesses / Conflict of Interests Corporate Policy.*
- Transactions Policy with Related Parties.

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 is the responsibility of the Compliance department to clarify eventual doubts, clarify the procedures needed for the implementation, verification and dissemination of the directives mentioned in this document.

Omission cases or exceptions to this Policy must be informed to be deliberated by the Compliance Department and/or by BRF's Transparency Committee, according to the case.

7 APPROVALS

RESPONSIBLE	AREA
ELABORATORS	Compliance Global Board of Directors
REVIEWERS	Board of Officers and Advisory Committees to the Board of Directors
APPROVERS	Board of Directors

GLOSSARY

Any Valuable Good: For the purpose of this policy and in general terms, any valuable thing that may address sums of money, but not limited to monetary sums¹, it may also include: properties, services, assets, intangible benefits², presents, entertainment, trips and hospitality, products or properties granted with discount or for free.

Beneficiary: Private individual, legal entity, or institution which receives Donation or Sponsorship, being responsible for its management and proper usage.

Competition Brands: Brands of competing companies in the categories of animal protein, margarines and spreads.

Donation: For the purpose of this document, the definition of Donation shall consist in the transfer, by part of BRF, of goods or benefits for entities or persons (be them public or private, profitable or non-profitable organizations), which are under the form of financial resources, human resources, tax-free goods or services, or yet, from products. All the tasks carried out as part of BRF's social responsibility program, are considered Contributions or Donations, of any nature, for the purpose of this Policy.



Donations and Sponsorships Committee: It comprises the Corporate affairs department, Marketing Department, Corporate Reputation Department and the BRF Institute, with the assistance of the Compliance Department. The committee aims at evaluating and deliberating request for Donations and Sponsorships according to the Company's Marketing and business strategies.

Donation or Sponsorship Request Form: Document that must be filled out by the Donation or Sponsorship applicant, attached to this Policy, and attached to the request.

Employee: All the individuals who work in all levels of the organization, including senior managers, CEOs, directors, employees, consultants, advisors, service providers, trainees, apprentices, home workers, workers with part-time and pre-determined contract, occasional contracts, and Third Parties working for the Company.

Expired Products: Products whose expiration date is expired and that are, therefore, expressly prohibited to be donated.

Government Entity: For the purposes of this Policy, the term "Government Entity" is widely defined so as to include, but not limited to:

- Any government, entity detained or controlled by the government, direct, indirect and foundational administration, government department or body, department (be it executive, legislative, judiciary or administrative), including: cities, State and Federal government, agencies, regulatory agencies, customs, schools, universities, health facilities, police stations, armed forces, local fiscal government offices, authorization issuing bodies, approvals, governmental licenses and visas;
- An international public organization or any department or international body (for example, the United Nations, International Monetary Fund, Olympic Organizing Committee, FIFA Committee, World Bank, etc.).
- A political party or an already elected candidate.

Humanitarian Aid: Assistance or help granted as result of emergencies or post-disaster situations. The disaster is regarded as a disastrous situation of large proportions, generally related to natural phenomena, such as rain, floods, hurricanes, volcanos, etc.

OPEX/CAIXA Committee: Besides the standard OPEX/Caixa committee attributions, it is the responsibility of this collegiate to evaluate all the requests of Donations, consultancies and Sponsorships, independently of the sum.

Politician Donations or Election Campaign Donations: Donations for political purposes, in which the Beneficiary is directly or indirectly related to political parties, political candidates or agents in political positions in government offices.

Political Party: Legal entity established under private law which aims at assuring, in the interest of democratic regime, the authenticity of the representing system and to defend fundamental rights defined in the Federal Constitution.



BRF S.A.

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

Politically Exposed Person: Any person who fits in one or in the groups of: (1) public persons, who develop or may have developed, in the last 05 (five) years, positions, mandates, elective or not, public employment or positions, in the Executive, Legislative and Judiciary Powers in Brazil or in countries, territories or foreign dependencies; (2) Leaders and those who occupy strategic positions in political parties ((1) and (2) altogether are “Public Agents”); and (3) representatives, family members and other people with close relationship to Public Agents, as well as Legal personnel.

Products Close to Expiration Date: Products whose expiration date is close to be expired (classified with the colors orange or red).

Related Parties: A person, or a close member of the family of this person, will be a Related Party of the Company and/or any of its subsidiaries, in case: (i) have full or shared control of the Company or any of its subsidiaries; (ii) have significant influence over the Company or any of its subsidiaries; (iii) be a key person from the Company’s administration, from any of its subsidiaries or the controller of the Company or from any of its subsidiaries.

Reputational Analysis: Procedures that comprises the realization of reputational (*screening*) researches in Third Parties who wish to relate or have already related with the Company, in order to understand the risk levels which, eventually, may be associated them.

Sponsorship: Provision of financial, human and services resources or BRF’s products for a certain event or activity, either for commercialization and/or institutional purposes, associating with BRF’s brands and with the referred Sponsorship as a counterpart.

Third Party: Suppliers, service providers, middlemen, business partners who provide services to BRF, customers and any person who received power of attorney to act on behalf of BRF.

¹Examples of monetary values are: any sum of money, gift-cards or equivalent, payment of debts or expenses, loans or loan guarantees and donations or contribution of any nature.

²Examples of intangible benefits are: job offers to any third party (be it a Government Employee or Private Institutions aiming at obtaining improper purposes), business opportunities with BRF, invitation for exclusive events which have not been duly evaluated and approved by the appropriate area, provide Council or assistance in the negotiation of a commercial transaction.