



## **Política Corporativa Política Corporativa de Brindes, Presentes e Hospitalidades / Gifts, Presents and Hospitalities Corporate Policy**

**Versão Português / Portuguese Version**

### **1 OBJETIVO**

Estabelecer diretrizes no que diz respeito à oferta ou recebimento de Brindes, Presentes e Hospitalidades, em complemento às definições contidas no Manual de Transparência da BRF, a serem adotadas pelos Colaboradores da BRF S.A. (“BRF” ou “Companhia”) e demais profissionais que atuam em nome ou benefício da Companhia. Esta Política deverá ser observada, respeitando as demais normas internas da BRF, assim como legislações nacionais e internacionais, garantindo um ambiente de trabalho transparente e ético.

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 Colaboradores da BRF, bem como a qualquer Parceiro de Negócio, localizado no Brasil ou no exterior (juntos, Pessoas). Todos os Parceiros de Negócios da BRF devem garantir que os atos praticados em nome da BRF ou que estejam relacionados à execução do negócio firmado ou que pretendem firmar com a BRF, atendam aos mesmos padrões de integridade esperados dos Colaboradores da BRF.

### **3 PAPÉIS E RESPONSABILIDADES**

#### **3.1 DIRETORIA DE COMPLIANCE**

Cabe à Diretoria de *Compliance*: (i) orientar sobre o tratamento adequado às ofertas ou Recebimento de Brindes, Presentes ou Hospitalidades; (ii) responder às consultas sobre o tema, com esclarecimento de quaisquer dúvidas relacionadas a esta Política; (iii) estabelecer os procedimentos e instruções necessários para a sua implementação; e (iv) comunicar as regras definidas nesta Política.

#### **3.2 COLABORADORES DA BRF**

É dever dos Colaboradores da BRF atuar de forma ética, imparcial e objetiva, no melhor interesse da Companhia.



Cabe a todas as Pessoas conhecer, respeitar e disseminar as diretrizes definidas nesta Política, bem como realizar os treinamentos a que forem convocadas e reportar ao Canal de Transparência qualquer suspeita de violação à legislação aplicável, ao Manual de Transparência, a esta Política ou às demais políticas da BRF.

Também é dever dos Colaboradores reportar ao Gestor, à área de Recursos Humanos e/ou à Diretoria de *Compliance* eventuais ofertas ou recebimento de Brindes, Presentes e Hospitalidades, que estejam em desacordo com as diretrizes contidas nesta Política. Adicionalmente, os Colaboradores também poderão reportar voluntariamente e/ou consultar a área de *Compliance*, sempre que entenderem pertinente.

### **3.3 ÁREA DE RECURSOS HUMANOS**

É responsabilidade da área de Recursos Humanos: (i) orientar sobre o tratamento adequado às ofertas ou recebimento de Brindes, Presentes ou Hospitalidades; (ii) sortear, entre os Colaboradores da BRF, os Brindes ou Presentes recebidos que estão em desconformidade com as regras deste documento e que não forem passíveis de recusa; e (iii) aplicar as medidas disciplinares cabíveis nos casos de descumprimento deste documento.

### **3.4 ÁREA DE COMUNICAÇÃO E REPUTAÇÃO CORPORATIVA**

É responsabilidade da área de Comunicação e Reputação Corporativa: (i) analisar a razoabilidade do envio do Brinde e/ou Presente aos Influenciadores Digitais e orientá-los acerca das diretrizes do Código de Conduta de Parceiros de Negócio da BRF, bem como diretrizes de comportamento durante publicações que envolvam produtos da BRF; (ii) orientar os Influenciadores Digitais acerca das recomendações sobre publicidade, conforme diretrizes do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária ("CONAR"), sempre que a BRF enviar Brindes ou Presentes a eles; e (iii) orientar e aprovar a participação de Colaboradores em *lives* e *webinars*, promovidos por Parceiros de Negócios, instituições e organizações.

## **4 DIRETRIZES**

### **4.1 CONCEITO, FLUXO E PREMISSAS GERAIS SOBRE A OFERTA E RECEBIMENTO DE BRINDES, PRESENTES E HOSPITALIDADES**

A BRF entende que Brindes, Presentes e Hospitalidades podem ajudar a reforçar relações comerciais, respeitando as culturas do país em que se dá a oferta ou recebimento e as diretrizes internas dos Parceiros de Negócios da BRF.



Brindes, Presentes e Hospitalidades só podem ser oferecidos ou aceitos se:

(i) Ocorrerem em conformidade com a legislação nacional e estrangeira aplicável, bem como com as políticas e normas internas das partes envolvidas;

(ii) Sejam concedidos ou recebidos:

1. Para auxiliar na promoção da marca, como demonstração ou explicação de produtos e serviços;
2. Para comemorar datas especiais e festividades, como aniversários da cidade, estado e datas religiosas;
3. Em cerimônias ou eventos corporativos.

(iii) Sejam concedidos ou recebidos de forma transparente e não gerem qualquer constrangimento em caso de exposição pública para a BRF ou seus Colaboradores;

(iv) Tenham custos razoáveis e estejam em conformidade com os valores descritos na presente Política e nas legislações nacionais e estrangeira. Adicionalmente, as Hospitalidades, incluindo convites para refeições, participação de eventos, treinamentos, congressos e seminários, podem ser ofertadas ou aceitas:

a) Se forem concedidas e/ou recebidas sem qualquer expectativa de reciprocidade, obrigação, ou troca de favor;

b) Se forem dirigidas a BRF e tenham natureza profissional;

c) Se o evento, treinamento, congresso ou seminário tiver um propósito claro de negócios, relacionado às atividades do convidado e/ou da Companhia.

Os Parceiros de Negócios da BRF também possuem regras para oferecimento ou recebimento de Brindes, Presentes e Hospitalidades.

O Colaborador da BRF que pretende oferecer ou receber um Brinde, Presente ou Hospitalidade deve informar-se a respeito dessas regras antes de ofertá-los ou aceitá-los.

É proibido aceitar ou oferecer Brindes, Presentes e Hospitalidades se a oferta ou recebimento:

(i) Influenciar indevidamente ou parecer influenciar uma decisão ou ganho de negócio;

(ii) Gerar ou parecer gerar uma Vantagem Indevida ou qualquer tipo de constrangimento a qualquer uma das partes;

(iii) Ocorram de forma habitual, que envolvam o mesmo Colaborador e o mesmo Parceiro de Negócio;

(iv) Originarem-se de um Parceiro de Negócio que esteja participando de um processo de cotação, contratação ou renovação contratual com a BRF;



(v) Ocorrer em dinheiro ou outros meios de pagamento, tais como vales-presente, voucher ações, empréstimos, pagamentos de diárias de férias, viagens ou na forma de itens luxuosos; e

(v) For utilizado para comercializar interna ou externamente os Brindes, Presentes e Hospitalidades recebidos.

**NOTA 1:** Não é recomendável o recebimento e oferta de bebida alcoólica, casos específicos em função de particularidades culturais/regionais devem ser avaliados pela Diretoria de *Compliance*.

**NOTA 2:** A BRF poderá ofertar Brindes, Presentes e Hospitalidades a Parceiro de Negócio que esteja participando de um processo de cotação, contratação ou renovação contratual, desde que observadas as diretrizes desta Política. No entanto, fica vedado o recebimento de Brindes, Presentes e Hospitalidades, quando o Parceiro de Negócio se encontrar nesta condição.

**NOTA 3:** Não seguem o fluxo nem as regras previstas nesta Política, os Brindes e Presentes ofertados ou recebidos:

(1) Para valorização, ações de *Endomarketing* ou outros relacionados a incentivo interno de Colaboradores da BRF;

(2) Itens relacionados com contrato assinado com a BRF, por exemplo, como contrapartida de um evento patrocinado pela Companhia, os quais não se caracterizarão como Brindes, Presentes e Hospitalidades, mas como contrapartida do negócio firmado entre a BRF e o Parceiro de Negócio.

#### **4.2 REGRAS GERAIS DE OFERTA OU RECEBIMENTO DE BRINDES E PRESENTES RELACIONADOS A PEPs E PODER PÚBLICO**

A oferta ou recebimento de Brindes e Presentes, direta ou indiretamente de ou para PEPs ou Poder Público, nacionais ou estrangeiros deverá observar as regras estabelecidas em relação a valores, natureza de itens permitidos, dentre outras diretrizes estabelecidas pelo referido órgão do Poder Público, em diferentes esferas (Federal, Estadual e Municipal), por meio de Portarias ou documentos equivalente. Tais casos devem ser submetidos à aprovação da Área de *Compliance*.

Em ocasiões protocolares e/ou em datas comemorativas relevantes para a cultura do país ou da BRF, podem ser ofertados e recebidos Brindes, Presentes e Hospitalidades, desde que observados os limites estabelecidos pela legislação nacional e internacional aplicável, bem como regras internas do Poder Público em questão e desta Política. Tais casos devem ser submetidos à aprovação da Diretoria de *Compliance* e da Área de Relações Institucionais.



#### **4.3 REGRAS ESPECÍFICAS PARA OFERTA OU RECEBIMENTO DE BRINDES E PRESENTES**

Brindes e Presentes podem ser oferecidos e recebidos se estiverem em conformidade com as premissas do item 4.1 e se não ultrapassarem o valor unitário de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais), por Colaborador, no ano, recebidos de uma mesma pessoa jurídica, ou seu grupo econômico, quando tratar-se de entidade privada. Para o mercado internacional, o valor de referência é USD 100,00 (cem dólares).

No entanto, conforme disposto no item 4.2. acima, no caso de Pessoa Exposta Politicamente o requisito do valor deverá observar os limites determinados pelo respectivo órgão do Poder Público, do qual a Pessoa Exposta Politicamente faz parte, não se aplicando, portanto, os valores descritos no parágrafo anterior.

Adicionalmente, podem ser aprovados pelo Comitê de Transparência da BRF o envio de Brindes e Presentes com valores diferentes do exposto no item acima, conforme avaliação de cada grupo específico de Parceiros de Negócios da BRF. (Ex.: Influenciadores Digitais, integrados, etc.).

Caso o Brinde ou Presente deva ser recusado por não atender às regras dessa Política, deve-se formalizar por e-mail, agradecendo a oferta e comunicando o Ofertante a respeito do Manual de Transparência da BRF, desta Política, e da necessidade de se manter a imparcialidade e objetividade nas relações comerciais. Esta Política e o Manual de Transparência estão disponíveis no site institucional da Companhia.

Caso o Brinde ou Presente não possa ser recusado, se for descortês ou inadequado para a cultura local, ou não estiver em conformidade com as diretrizes do Parceiro de Negócio ou do órgão do Poder Público ofertante, o Colaborador que o recebeu deve encaminhar o item para a área de Recursos Humanos local, para que seja sorteado entre os Colaboradores da unidade, ou, realizar a doação do item para alguma entidade beneficente recomendada pelo Instituto BRF, seguindo as diretrizes da Política Corporativa de Doações e Patrocínios.

O sorteio deve ser documentado e os registros devem ser mantidos pela área de Recursos Humanos local. Nesses casos, o Colaborador que recebeu o Brinde ou Presente em desacordo com esta Política deve comunicar o Ofertante a respeito das regras da BRF, podendo informá-lo que a Política está disponível no site institucional da Companhia.

Os Colaboradores não podem receber Brindes e Presentes ou convites para Hospitalidades em suas residências. Caso isso venha a ocorrer, o Colaborador deve recusar e comunicar o Ofertante a respeito das regras da BRF.

#### **4.4 REGRAS PARA OFERTA E RECEBIMENTO DE HOSPITALIDADES**



Hospitalidades podem ser oferecidas e aceitas se estiverem em conformidade com as premissas do item 4.1. O Colaborador que pretende receber ou oferecer Hospitalidades deve solicitar aprovação ao seu Gestor.

Caso os convites para eventos, treinamentos, congressos e seminários envolvam despesas com viagens nacionais ou internacionais a serem arcadas pelo anfitrião, tais despesas devem ser compatíveis com os critérios definidos na Norma Corporativa 19.6.042 - Viagens Corporativas / *Corporate Travels*. O custeio de viagens de negócios não pode, em qualquer circunstância, ser estendido para familiares e outras pessoas não relacionadas diretamente à finalidade da viagem.

Caso o Parceiro de Negócio esteja participando de concorrência na BRF ou renovação contratual, e a participação no treinamento, congressos ou seminários seja imprescindível, do ponto de vista de atualização técnica e competitividade, a área poderá participar do evento, treinamento, congresso ou seminário desde que os custos sejam pagos integralmente pela BRF (inscrição, despesas com viagem, etc.).

É proibido aceitar convites que tenham exclusivamente caráter de Entretenimento.

#### **4.5 REGRAS PARA OFERTA E RECEBIMENTO DE HOSPITALIDADES POR PEPs**

Convites a PEPs para participação em eventos, treinamentos, congressos e seminários deverão ser aprovados pelo Gestor do Colaborador, assim como pela Diretoria de *Compliance* e área de Relações Institucionais. Após a aprovação, o convite deverá ser enviado ao Poder Público em questão, para que designe o seu representante.

#### **4.6 REGRAS PARA OFERTA OU O RECEBIMENTO DE REFEIÇÕES DE NEGÓCIOS**

A oferta ou o recebimento de refeições de negócios deve estar de acordo com as diretrizes gerais descritas no item 4.1, bem como acontecer preferencialmente em dias úteis, no horário de almoço. Ademais, atentar para as seguintes regras:

- (i) O valor da refeição não deve ultrapassar R\$150,00 (cento e cinquenta reais) por pessoa, no mercado nacional, e USD 100,00 (cem dólares), por pessoa, no mercado internacional. Eventuais exceções deverão ser avaliadas pela Diretoria de *Compliance* da BRF;
- (ii) A refeição deve ter um propósito claro de negócios;
- (iii) O convite para a refeição não pode ser extensivo aos familiares dos participantes de ambas as partes.



No caso de pagamento da refeição por Colaborador da BRF, estes serão reembolsados mediante a apresentação dos comprovantes legais dos gastos, conforme a Norma Corporativa 04.10.002 Reembolsos e Acertos de Despesas / *Reimbursements and Expenses*.

A BRF reconhece que no caso das operações fora do país, o consumo de bebida alcoólica seja uma questão cultural. Dessa forma, nos casos de países em que a legislação local permite o consumo de bebida alcoólica, o pagamento e o reembolso de bebidas alcoólicas, devem ser aprovados pelo Diretor responsável pela área ou pelo Vice-Presidente responsável, quando a despesa for realizada por Diretores, conforme previsto na Norma Corporativa 04.10.002 Reembolsos e Acertos de Despesas / *Reimbursements and Expenses*.

Não é permitido que Parceiros de Negócios patrocinem festas, *happy hours*, confraternizações e eventos similares, para os Colaboradores da BRF. No entanto, é possível que Colaboradores da BRF participem de eventos, promovidos pelos Parceiros de Negócios, que contenham entretenimento em sua programação, desde que o caráter profissional seja o principal motivo do referido evento.

#### **4.7 REGRAS PARA OFERTA OU RECEBIMENTO DE REFEIÇÕES DE NEGÓCIOS DE OU PARA PEPs**

A oferta ou recebimento de refeições de negócios, direta ou indiretamente de ou para PEPs ou Poder Público, nacionais ou estrangeiros deverá observar as regras estabelecidas pelo referido órgão do Poder Público, em diferentes esferas (Federal, Estadual e Municipal), por meio de Portarias ou documentos equivalentes. Tais casos devem ser submetidos à aprovação da Área de *Compliance*.

#### **4.8 REGISTROS CONTÁBEIS**

Todas as despesas incorridas relacionadas a Brindes, Presentes e Hospitalidades, devem ser lançadas de forma correta e detalhada nos registros contábeis da BRF, com os devidos comprovantes nos casos de reembolso.

#### **4.9 EXCEÇÕES A POLÍTICA**

Casos omissos ou exceções a essa Política deverão ser comunicados e deliberados pela Diretoria de *Compliance* e/ou pelo Comitê de Transparência da BRF, conforme o caso, sempre tendo em vista as diretrizes gerais descritas no item 4.1.



#### **4.10 CONTROLES**

A Diretoria de *Compliance* monitora, regularmente, a oferta e recebimento de Brindes, Presentes e Hospitalidades, a fim de verificar a correta aplicação desta Política.

### **5 DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA**

- CE 1.1.100 - Manual de Transparência BRF / *BRF Transparency Manual / Manual de Transparencia BRF.*

- PC 28.1.002 - Política Corporativa de Denúncias ao Canal de Transparência / *Corporate Policy of Reporting to the Transparency Channel.*

- PC 28.1.004 - Política Corporativa de Doações e Patrocínios / *Donations and Sponsorships Corporate Policy.*

- PC 28.1.005 - Política Corporativa de Conflito de Interesses / *Conflict of Interests Corporate Policy.*

- PC 28.1.010 - Política Corporativa Antissuborno e Anticorrupção / *Anti-Bribery and Anti-Corruption Corporate Policy.*

- NC 04.10.002 - Reembolsos e Acertos de Despesas / *Reimbursements and Expenses.*

- NC 11.4.006 - Relacionamento Institucional / *Institutional Relations / Relaciones Institucionales.*

- NC 19.6.042 - Viagens Corporativas / *Corporate Travels.*

- Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais do CONAR ( <http://conar.org.br/index.php?codigo&pg=influenciadores>)

### **6 DISPOSIÇÕES FINAIS**

Esse documento tem validade a partir da data de sua publicação, podendo ser alterado a qualquer tempo e critério. Essa Política entra em vigor na data de sua publicação, revogando disposições em contrário.

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





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

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

- [integridade.brf.com](http://integridade.brf.com)

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

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

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

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

## 7 APROVAÇÕES

RESPONSÁVEL	ÁREA
ELABORAÇÃO	Diretoria Global de <i>Compliance</i>
REVISÃO	Diretoria Executiva
APROVAÇÃO	Comitê de Transparência

## GLOSSÁRIO

**Agente Público ou Pessoa Exposta Politicamente (PEP):** Para os fins desta Política, é aquele que exerce ou exerceu nos últimos 5 anos, de forma temporária ou permanente, com ou sem remuneração, no Brasil ou no exterior:



- a) Por qualquer forma de investidura ou vínculo, mandato, concessão, cargo, emprego ou função no Poder Público, ou ainda onde exerça influência significativa na tomada de decisões mediante a lei ou participação no Poder Público;
- b) Dirigentes de partido político, bem como representantes políticos (municipal, estadual, distrital e federal);
- c) Dirigentes e representantes de organizações públicas internacionais, tais como a Organização das Nações Unidas ou a Organização Mundial do Comércio.

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

**Brinde:** Item que (i) não tenha valor comercial; (ii) seja distribuído a título de cortesia, propaganda ou divulgação habitual; (iii) seja distribuído por ocasião de eventos ou datas comemorativas de caráter histórico ou cultural; (iv) contenha o logotipo da pessoa jurídica que concedeu o Brinde; (v) seja de caráter geral, ou seja, não se destina a agradecer exclusivamente determinada pessoa; e/ou (vi) tenha sido produzido pela Companhia. Exemplos: calendários, agendas, canetas, chaveiros, bonés, camisetas e outros.

**Canal de Transparência:** O Canal de Transparência é um canal independente, gerido por empresa terceirizada e/ou pela área de *Compliance*, e permite que relatos possam ser enviados a qualquer tempo por Colaboradores da BRF e/ou Parceiros de Negócios, por meio dos diversos canais de comunicação disponíveis, assegurando o anonimato ao denunciante sempre que este desejar não se identificar.

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

**Conflito de Interesses:** É caracterizado pela interferência dos interesses pessoais ou secundários de uma Pessoa, de forma direta ou indireta, na tomada de decisão, julgamento ou desempenho de suas funções profissionais, divergindo, em regra, dos interesses e princípios da Companhia. Conflitos de Interesses podem ser, nos termos da presente Política, reais, potenciais ou aparentes, bem como internos, públicos ou privados.

**Entretenimento:** São eventos, viagens, passeios, ingressos para shows ou eventos esportivos, que tenham como principal fim proporcionar atividades de lazer e sem natureza profissional.

**Gestor:** É o líder imediato do Colaborador, a quem ele reporta e é responsável pela fiscalização de suas atividades.

**Hospitalidade:** Compreende deslocamentos (aéreos, terrestres e/ou marítimos), hospedagens, traslado e alimentação para participação de seminários, treinamentos, eventos de atualização técnica, etc.



**BRF S.A.**

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

**Influenciador Digital:** Indivíduo que possui um público fiel e engajado em seus canais online e, em alguma medida, exerce capacidade de influência na tomada de decisão de compra de seus seguidores. Para fins de definição desta Política, o termo “influência” está diretamente relacionado aos seguidores com quem o influenciador compartilha conteúdo.

**Ofertante:** Aquele que oferece Brinde, Presente ou Hospitalidade.

**Parceiros de Negócios:** Parte externa, com a qual a Companhia tem ou planeja estabelecer, alguma forma de relacionamento de “Negócio”. Para fins desta Política, o termo Negócio é amplamente definido para significar aquelas atividades que são pertinentes ao propósito da existência da Companhia, incluindo, portanto, mas não se limitando a clientes, joint ventures, parceiros de joint ventures, parceiros de consórcio, provedores terceirizados, contratados, consultores, subcontratados, fornecedores, integrados, vendedores, conselheiros, agentes, distribuidores, representantes, intermediários, investidores, dentre outros.

**Pessoas:** Todos os Colaboradores e Parceiros de Negócios da BRF.

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

- Órgãos da administração direta, indireta ou fundacional de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Municípios, de Território (seja ele executivo, legislativo, judiciário ou administrativo), empresas públicas, de economia mista, ou concessionária de serviços públicos incluindo: autarquias, agências reguladoras, alfândegas, fundações públicas, cartórios, empresas de distribuição de energia elétrica, água e gás, empresas com contratos de parcerias público privadas, escolas públicas, universidades públicas, instalações de saúde públicas, delegacias de polícia, entidades militares, repartições fiscais locais, emissores de autorizações, aprovações, licenças governamentais e vistos.
- Organização pública internacional ou qualquer departamento ou agência internacional (por exemplo, Organização das Nações Unidas (ONU), o Fundo Monetário Internacional (FMI), o Banco Mundial, etc.).

**Presentes:** Itens de uso ou consumo pessoal, que possuem valor comercial, sem caráter promocional e que não se enquadram na definição de Brindes. São considerados presentes, incluindo, mas não se limitando, chocolates, panetones, bebidas alcoólicas, equipamentos eletrônicos, cestas de produtos, entre outros.

**Vantagem Indevida:** Para o propósito dessa Política e em termos gerais, Vantagem Indevida é o oferecimento de qualquer coisa de valor para receber uma contrapartida de qualquer tratamento preferencial ou mais favorável na obtenção ou manutenção de contratos, serviços, bens ou negócios ou ainda, influenciar os relacionamentos, públicos ou privados, de qualquer maneira. “Qualquer coisa de valor” pode ser valores monetários, como dinheiro, cartões-presentes, pagamento de dívidas, empréstimos e contribuições, além de bens, serviços, ativos, Presentes e Hospitalidade, produtos ou bens concedidos



**BRF S.A.**

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

com desconto ou gratuitamente, ou troca de favores, como ofertas de emprego, nomeações em cargos públicos, oportunidades de negócios, consultorias, etc.



***Política Corporativa Política Corporativa de Brindes, Presentes e Hospitalidades /  
Gifts, Presents and Hospitalities Corporate Policy***

***Versão Inglês / English Version***

## **1 OBJECTIVE**

Establish guidelines regarding the offering or receipt of Gifts, Presents, and Hospitality, in addition to the definitions contained in the BRF Transparency Manual, to be adopted by Employees of BRF S.A. ("BRF" or "Company") and other professionals acting on behalf or benefit of the Company. This Policy should be observed, respecting the other internal norms of BRF, as well as national and international legislation, ensuring a transparent and ethical working environment.

For the purposes of this Policy, the underlined terms and their variations will have the meanings assigned to them in the Glossary.

## **2 APPLICABILITY**

This Policy applies to all Employees of BRF, as well as to any Business Partner, located in Brazil or abroad (jointly, People). All Business Partners of BRF must ensure that acts performed on behalf of BRF or related to the execution signed or intend to sign with BRF, meet the same integrity standards expected of Employees of BRF.

## **3 ROLES AND RESPONSIBILITIES**

### **3.1 COMPLIANCE BOARD**

It is up to the Compliance Board: (i) advise on the appropriate treatment of offers or Receipt of Gifts, Presents, or Hospitality; (ii) respond to queries on the subject, with clarification of any questions related to this Policy; (iii) establish the procedures and instructions necessary for its implementation; and (iv) communicate the rules defined in this Policy.

### **3.2 BRF EMPLOYEES**

It is the duty of Employees of BRF to act ethically, impartially and objectively, in the best interest of Company.



It is up to all Persons to know, respect and disseminate the guidelines set out in this Policy, as well as to conduct the training to which they are convened and report to the Transparency Channel any suspected violation of applicable law, the Transparency Manual, this Policy or other policies of BRF.

It is also the duty of Employees to report to the Manager, to the Human Resources department and/or the Compliance Board any offers or receipt of Gifts, Presents and Hospitality, which are in disagreement with the guidelines contained in this Policy. In addition, Employees may also voluntarily report and/or consult the Compliance Area whenever they deem it relevant.

### **3.3 HUMAN RESOURCES AREA**

It is the responsibility of the Human Resources area to: (i) guide on the appropriate treatment of the offer or receipt of Gifts, Presents and Hospitality; (ii) have a drawing, among Employees of BRF, for the Gifts or Presents received that are not in compliance with the rules of this document and that are not eligible for refusal; and (iii) apply the appropriate disciplinary measures in cases of non-compliance with this document.

### **3.4 COMMUNICATION AND CORPORATE REPUTATION AREA**

It is the responsibility of the Communication and Corporate Reputation area: to (i) analyze the reasonableness of sending the Presents and/or Gift to Digital Influencers and guide them about the guidelines of the BRF Business Partner Code of Conduct, as well as behavior guidelines during publications involving products of BRF; (ii) guide Digital Influencers on advertising recommendations, according to guidelines of the National Council for Advertising Self-Regulation ("CONAR"), whenever BRF sends Gifts or Presents to them; and (iii) guide and approve the participation of Employees in *lives* and *webinars*, promoted by Business Partners, institutions and organizations.

## **4 GUIDELINES**

### **4.1 CONCEPT, FLOW AND GENERAL ASSUMPTIONS ON THE OFFER AND RECEIPT OF GIFTS, PRESENTS AND HOSPITALITY**

BRF understands that Gifts, Presents, and Hospitality can help strengthen business relations by respecting the cultures of the country in which the offer or receipt takes place and the internal guidelines of Business Partners of BRF.

Gifts, Presents, and Hospitality can only be offered or accepted if:



(i) They occur in accordance with applicable national and foreign legislation, as well as with the internal policies and norms of the parties involved;

(ii) Are granted or received:

1. To assist in the promotion of the brand, as a demonstration or explanation of products and services;
2. To celebrate special dates and festivities, such as city or state anniversaries and religious dates;
3. At ceremonies or corporate events.

(iii) Are granted or received in a transparent manner and do not generate any embarrassment in the event of public exposure to BRF or its Employees;

(iv) They have reasonable costs and comply with the values described in this Policy and in national and foreign laws. In addition, Hospitality, including invitations to meals, event participation, training, congresses and seminars, may be offered or accepted:

a) If they are granted and/or received without any expectation of reciprocity, obligation, or exchange of favor;

b) If they are addressed to BRF and are professional in nature;

c) If the event, training, congress or seminar has a clear business purpose, related to the activities of the guest and/or the Company.

The Business Partners from BRF also have rules for offering or receiving Gifts, Presents, and Hospitality.

The Employee of BRF who intends to offer or receive Gifts, Presents, or Hospitality must be informed about these rules before offering or accepting them.

It is forbidden to accept or offer Gifts, Presents and Hospitality if offered or received to:

(i) Improperly influence or appear to influence a business decision or gain;

(ii) Generate or appear to generate an Undue Advantage or any kind of constraint to either party;

(iii) Occur in a customary manner involving the same Employee and the same Business Partner;

(iv) Originate from a Business Partner who is participating in a process of quotation, contracting or renewal with BRF;

(v) Occur in cash or other means of payment, such as gift cards, voucher, stocks, loans, payments of vacation stays, travel or in the form of luxurious items; and



(v) Gifts, Presents and Hospitality received are used to sell internally or externally.

**NOTE 1:** It is not recommended to receive and offer alcoholic beverages, specific cases due to cultural/regional particularities should be evaluated by the Compliance Board.

**NOTE 2:** BRF may offer Gifts, Presents and Hospitality to the Business Partner who is participating in a process of quotation, contracting or contract renewal, provided that the guidelines of this Policy are observed. However, the receipt of Gifts, Presents and Hospitality is forbidden when the Business Partner is in this condition.

**NOTE 3:** Do not follow the flow or rules provided for in this Policy, the Gifts and Presents offered or received:

- (1) For valuation, actions of Endomarketing or others related to the internal incentive of BRF's Employees;
- (2) Items related to the contract signed with BRF, for example, as consideration for an event sponsored by the Company, which will not be characterized as Gifts, Presents and Hospitalities, but as consideration for the business entered into between BRF and the Business Partner.

#### **4.2 GENERAL RULES FOR GIVING OR RECEIVING GIFTS AND PRESENTS RELATED TO PEPs AND PUBLIC AUTHORITIES**

The offer or receipt of Gifts and Presents, directly or indirectly from or to PEPs or Public Authorities, national or foreign, must observe the established rules in relation to values, nature of allowed items, among other established guidelines by the said body of the Public Authority, in different spheres (Federal, State and Municipal), through Ordinances or equivalent documents. Such cases must be submitted for approval by the Compliance area.

On protocol occasions and/or commemorative dates relevant to the culture of the country or BRF, they can be offered and received Gifts, Presents, and Hospitalities, provided that the limits established by applicable national and international legislation are observed, as well as internal rules of the Public Authority in question and of this Policy. Such cases must be submitted for approval by the Compliance Board and the Institutional Relations area.

#### **4.3 SPECIFIC RULES FOR GIVING OR RECEIVING GIFTS AND PRESENTS**

Gifts and Presents may be offered and received if they are in accordance with the premises of item 4.1 and if they do not exceed the unit value of BRL 150.00 (one hundred and fifty reais), per Employee, in the year, received from the same legal entity, or its economic group, when it is a private entity. For the international market, the reference value is USD 100.00 (one hundred dollars).





**BRF S.A.**

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

However, as provided in item 4.2. above, in the case of Politically Exposed Person, the value requirement must comply with the limits determined by the respective body of the Public Authority, of which Politically Exposed Person is a part, therefore not applying the values described in the previous paragraph.

In addition, the sending of Gifts and Presents with values different from the above item may be approved by the BRF Transparency Committee, as assessed by each specific group of BRF's Business Partners. (Ex.: Digital Influencers, integrated, etc.).

If the Gifts or Presents should be refused for not complying with the rules of this Policy, it must be formalized by email, thanking the offer and informing the Offeror regarding the BRF Transparency Manual, this Policy, and the need to maintain impartiality and objectivity in business relationships. This Policy and the Transparency Manual are available on the Company's institutional website.

If the Gifts or Presents cannot be refused, if it is discourteous or inappropriate for the local culture, or if it does not comply with the guidelines of the Business Partner or the agency of the offeror Public Authority, the Employee who received it must send the item to the local Human Resources area, for a drawing among the Employees of the unit, or donate the item to a charity recommended by the BRF Institute, following the guidelines of the Corporate Policy Donations and Sponsorship.

The drawing must be documented and records must be kept by the local Human Resources area. In these cases, the Employee who received the Gifts or Presents in disagreement with this Policy must notify the Offeror about the BRF rules, and may inform them that the Policy is available on the Company's institutional website.

Employees cannot receive Gifts or Presents or invitations to Hospitalities in their homes. If this happens, the Employee must refuse them and communicate to the Offeror about the rules of BRF.

#### **4.4 RULES FOR OFFERING AND RECEIVING HOSPITALITIES**

Hospitalities can be offered and accepted if they are in accordance with the premises of item 4.1. The Employee who intends to receive or offer Hospitalities must request approval from their Manager.

If invitations to events, trainings, conferences and seminars involve expenses with national or international travel to be borne by the host, such expenses must be compatible with the criteria defined in Corporate Norm 19.6.042 - *Viagens Corporativas* /Corporate Travels. The cost of business travel cannot, under any circumstances, be extended to family members and other persons not directly related to the purpose of the trip.

If the Business Partner is participating in a BRF competition or contract renewal, and participation in training, congresses or seminars is essential, from the standpoint of technical updating and competitiveness, the area may participate in the event, training,



congress or seminar provided that the costs are fully paid by BRF (registration, travel expenses, etc.).

It is forbidden to accept invitations that are exclusively Entertainment.

#### **4.5 RULES FOR OFFERING AND RECEIVING HOSPITALITIES BY PEPs**

Invitations to PEPs to participate in events, trainings, conferences and seminars must be approved by the Manager of the Employee, as well as by the Compliance area and Institutional Relations area. After approval, the invitation must be sent to the Public Authority in question, so that it can designate its representative.

#### **4.6 RULES FOR OFFERING OR RECEIVING BUSINESS MEALS**

Offering or receiving business meals must comply with the general guidelines described in item 4.1, as well as taking place preferably on weekdays, during lunchtime. In addition, pay attention to the following rules:

- (i) The value of the meal must not exceed R\$150.00 (one hundred and fifty reais) per person, in the domestic market, and USD 100.00 (one hundred dollars), per person, in the international market. Any exceptions must be evaluated by BRF's Compliance Board;
- (ii) The meal must have a clear business purpose;
- (iii) The invitation to the meal cannot be extended to family members of either party.

In the case of payment of the meal by an Employee of BRF, they will be reimbursed upon presentation of legal proof of expenses, in accordance with Corporate Norm 04.10.002 *Reembolsos e Acertos de Despesas/ Reimbursements and Expenses*.

BRF recognizes that in the case of operations abroad, the consumption of alcoholic beverages is a cultural issue. Thus, in the cases of countries where local legislation allows the consumption of alcoholic beverages, the payment and reimbursement of alcoholic beverages must be approved by the Director responsible for the area or by the responsible Vice President, when the expense is carried out by Directors, as provided for in Corporate Norm 04.10.002 *Reembolsos e Acertos de Despesas/Reimbursements and Expenses*.

Business Partners are not allowed to sponsor parties, happy hours, get-togethers and similar events for the Employees of BRF. However, it is possible for BRF Employees to participate in events, promoted by Business Partners, which contain entertainment in their programming, provided that their professional character is the main reason for the aforementioned event.



#### **4.7 RULES FOR OFFERING OR RECEIVING BUSINESS MEALS FROM OR TO PEPs**

The offer or receipt of business meals, directly or indirectly from or to PEPs or Public Authorities, national or foreign, shall observe the rules established by the said body of Public Authority, in different spheres (Federal, State and Municipal), through Ordinances or equivalent documents. Such cases must be submitted for approval by the Compliance Area.

#### **4.8 ACCOUNTING RECORDS**

All expenses incurred related to Gifts, Presents and Hospitality, must be entered in a correct and detailed manner in the accounting records of BRF, with due proof in cases of reimbursement.

#### **4.9 EXCEPTIONS TO POLICY**

Omissions or exceptions to this Policy must be communicated and resolved by the Compliance Board and/or by the BRF Transparency Committee, as the case may be, always bearing in mind the general guidelines described in item 4.1.

#### **4.10 CONTROLS**

The Compliance Board regularly monitors the offer and receipt of Gifts, Presents and Hospitality, in order to verify the correct application of this Policy.

### **5 REFERENCE DOCUMENTS**

- CE 1.1.100 - *Manual de Transparência BRF / BRF Transparency Manual / Manual de Transparencia BRF.*
- CP 28.1.002 - *Política Corporativa de Denúncias ao Canal de Transparência / Corporate Policy of Reporting to the Transparency Channel.*
- CP 28.1.004 - *Política Corporativa de Doações e Patrocínios / Donations and Sponsorships Corporate Policy.*
- CP 28.1.005 - *Política Corporativa de Conflito de Interesses / Conflict of Interests Corporate Policy.*
- CP 28.1.010 - *Política Corporativa Antissuborno e Anticorrupção / Anti-Bribery and Anti-Corruption Corporate Policy.*



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

- CN 04.10.002 - *Reembolsos e Acertos de Despesas* / Reimbursements and Expenses.
- CN 11.4.006 - *Relacionamento Institucional* / Institutional Relations / *Relaciones Institucionales*.
- CN 19.6.042 - *Viagens Corporativas* / Corporate Travels.
- CONAR Advertising Guide by Digital Influencers  
(<http://conar.org.br/index.php?codigo&pg=influenciadores>)

## **6 FINAL PROVISIONS**

This document is valid from the date of its publication and can be changed at any time and at any discretion. This Policy is effective on the date of its publication, revoking provisions to the contrary.

The recipients of this Policy are aware that their non-compliance, as well as non-compliance with the Applicable Law and other BRF policies, such as the BRF Transparency Manual, may be subject to internal disciplinary procedures, according to the Consequence Policy, without prejudice to any applicable legal measures.

In addition, seeking to maintain the Company's ethical standards and monitor business relationships with Business Partners, as well as assisting in the prevention and detection of all forms of Corruption, BRF supports and encourages People to report any practices that may represent a violation or potential violation of this Policy, the Integrity System, or that are in disagreement with applicable national and foreign legislation.

Complaints must be made to the Transparency Channel, made available by BRF in the domains below.

- [compliance.brf.com](http://compliance.brf.com)

It is possible to file complaints by phone, website or e-mail. In countries where legislation permits this, it is also possible to file anonymous reports.

When making a report, as much detail as the complainant is aware of should be provided to assist in the investigation.

BRF strongly condemns any and all forms of retaliation against the whistleblower who has filed a complaint in good faith and with responsibility, even if his complaint proves unfounded, as established in the Corporate Policy of Reporting to the Transparency Channel.

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



## 7 APPROVALS

PERSON IN CHARGE	AREA
PREPARED BY	Global Compliance Board
REVISION	Executive Board
APPROVED BY	Transparency Committee

## GLOSSARY

**BRF or Company:** Refers to BRF SA, as well as all its subsidiaries, national or international.

**Business Partners:** External party, with which the Company has or plans to establish, some form of “Business” relationship. For the purposes of this Policy, the term Business is broadly defined to mean those activities that are pertinent to the purpose of the Company's existence, therefore including, but not limited to, customers, joint ventures, joint venture partners, consortium partners, third-party providers, contractors, consultants, subcontractors, suppliers, integrated, sellers, advisers, agents, distributors, representatives, intermediaries, investors, among others.

**Conflict of Interests:** It is characterized by the interference of a Person's personal or secondary interests, directly or indirectly, in decision-making, judgment or performance of their professional functions, generally diverging from the interests and principles of the Company. Conflicts of Interest may be, under the terms of this Policy, real, potential or apparent, as well as internal, public or private.

**Digital Influencer:** Individual who has a loyal and engaged audience in their online channels and, to some extent, exerts the ability to influence the purchase decision of their followers. For purposes of defining this Policy, the term “influence” is directly related to the followers with whom the influencer shares content.

**Employees:** All people hired by BRF, who work at all levels of the organization, including managers, seniors, executives, directors, employees, internal consultants, interns, apprentices, trainees, home workers, workers with a time contract part-time and fixed-term and occasional workers.

**Entertainment:** Events, trips, tours, tickets to concerts or sporting events, whose main purpose is to provide leisure activities without a professional nature.

**Gifts:** Item that (i) has no commercial value; (ii) is distributed as a courtesy, advertising or customary disclosure; (iii) is distributed on the occasion of events or commemorative



dates of a historical or cultural nature; (iv) contains the logo of the legal entity that granted the Gifts; (v) is of a general nature, that is, it is not intended to exclusively bestow a specific person; and/or (vi) has been produced by the Company. Examples: calendars, diaries, pens, key chains, caps, shirts and others.

**Hospitality:** Includes travel (air, land and/or sea), lodging, transportation and food for participation in seminars, training, technical update events, etc.

**Manager:** The immediate leader of the Employee, to whom he reports and is responsible for overseeing his activities.

**Offeror:** One that offers Presents, Gift or Hospitality.

**People:** All BRF Employees and Business Partners.

**Presents:** Items for personal use or consumption, which have commercial value, are not promotional and do not meet the definition of Gifts. Presents include, but are not limited to, chocolates, panettone, alcoholic beverages, electronic equipment, product baskets, among others.

**Public Agent or Politically Exposed Person (PEP):** For the purposes of this Policy, one who exercises or has exercised in the last 5 years, temporarily or permanently, with or without remuneration, in Brazil or abroad:

- a) By any form of investiture or bond, mandate, concession, position, employment or function in the Public Authority, or even where it exerts significant influence on decision-making by law or participation in the Public Authority;
- b) Political party leaders, as well as political representatives (municipal, state, district and federal);
- c) Executives and representatives of public international organizations, such as the United Nations or the World Trade Organization.

**Public Authority:** For the purposes of this Policy, the term Public Power is broadly defined to include, but not be limited to:

- Bodies of the direct, indirect or foundational administration of any of the Powers of the Union, States, Federal District, Municipalities, Territory (whether executive, legislative, judicial or administrative), public companies, mixed economy, or concessionaire of public services including: municipalities, regulatory agencies, customs, public foundations, notary offices, electricity, water and gas distribution companies, companies with public-private partnership contracts, public schools, public universities, public health facilities, police stations, military entities, local tax offices, issuers of permits, approvals, government licenses and visas.
- International public organization or any international department or agency (eg United Nations (UN), International Monetary Fund (IMF), World Bank, etc.).



**BRF S.A.**

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

**Transparency Channel:** The Transparency Channel is an independent channel, managed by an outsourced company and/or by the Compliance area, and allows reports to be sent at any time by BRF Employees and/or Business Partners, through the various channels of communication available, ensuring the anonymity of the whistleblower whenever he wishes not to identify himself.

**Undue Advantage:** For the purpose of this Policy and in general terms, Undue Advantage is the offering of anything of value to receive a consideration for any preferential or more favorable treatment in obtaining or maintaining contracts, services, goods or businesses or even , influence relationships, public or private, in any way. "Anything of value" can be monetary values, such as cash, gift cards, debt payments, loans and contributions, in addition to goods, services, assets, Gifts and Hospitality, products or goods given at a discount or free of charge, or exchange of favors such as job offers, appointments to public office, business opportunities, consultancies, etc.