



## **Política Corporativa de Doações e Patrocínios**

**Versão Português**

### **1. OBJETIVO**

Esta Política estabelece as diretrizes da BRF S.A. e de suas subsidiárias ("BRF" ou "Companhia") para realização de Doações e Patrocínios, em complemento às definições contidas no Manual de Transparência BRF.

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

### **2. STATUS DE CONFIDENCIALIDADE**

Esta é uma Política Pública.

### **3. ABRANGÊNCIA**

Esta Política aplica-se a todos os Colaboradores da BRF Beneficiários, bem como a qualquer Parceiro de Negócio, que trabalhe para a BRF, seja no Brasil ou no exterior. Todos os Parceiros de Negócio da BRF devem garantir que suas ações em nome da BRF atendam aos mesmos padrões de integridade esperados dos Colaboradores da BRF.

### **4. PAPÉIS E RESPONSABILIDADES**

#### **4.1 DIRETORIA DE COMPLIANCE**

- (i) Esclarecer dúvidas relacionadas a esta Política;
- (ii) Estabelecer, em conjunto com as demais áreas envolvidas no processo, os procedimentos e instruções necessários para a sua implementação;
- (iii) Comunicar e treinar as regras definidas na presente Política;
- (iv) Analisar e acompanhar o processo de Doações e Patrocínios realizados para garantir adesão à Política; e



(v) Conduzir a Análise Reputacional ou *Due Diligence* Reputacional (“DD”) dos potenciais Beneficiários, com avaliação da existência de possíveis conflitos de interesse e transações com partes relacionadas.

#### **4.2 DIRETORIA DE MARKETING (MARCAS)**

(i) Deliberar as solicitações de Patrocínios de marcas de consumo da BRF, em linha com a estratégia de cada marca e conforme alçadas estabelecidas na Política Corporativa nº 01.1.103 - Alçadas de Aprovação / *Competence of Approval*; e

(ii) Elaborar e manter atualizado os padrões de uso das marcas e submarcas da BRF disponibilizados aos solicitantes de Patrocínios.

#### **4.3 DIRETORIA DE REPUTAÇÃO CORPORATIVA**

(i) Avaliar e aprovar as solicitações de Doações e Patrocínios, conforme alçadas estabelecidas na Política Corporativa nº 01.1.103 - Alçadas de Aprovação / *Competence of Approval*;

(ii) Disponibilizar o manual de uso da marca corporativa para os Solicitantes; e

(iv) Monitorar continuamente os Patrocínios nacionais e regionais realizados, com uso da marca BRF.

#### **4.4 ÁREA DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS**

Avaliar e deliberar as solicitações de Patrocínios Institucionais, de acordo com a estratégia de negócios da Companhia e conforme alçadas estabelecidas na Política Corporativa nº 01.1.103 - Alçadas de Aprovação / *Competence of Approval*.

#### **4.5 ÁREAS SOLICITANTES**

(i) Cumprir esta Política;

(ii) Garantir orçamento, conforme cronograma definido;

(iii) Arquivar os documentos relacionados às Doações e Patrocínios solicitadas e realizadas;

(iv) Solicitar à Diretoria de Marketing (Marcas) os padrões de uso das marcas e submarcas da BRF, no caso de Patrocínios de marcas de consumo;



- (v) Monitorar e registrar as evidências das Doações e Patrocínios realizadas, conforme fluxo;
- (vi) Acionar as áreas competentes para avaliação das regras e critérios estabelecidos nos projetos que envolvam incentivos fiscais (Jurídico e Tributário);
- (vii) Garantir que as solicitações não infrinjam nenhuma regulamentação local, normas ou políticas internas da Companhia;
- (viii) Avaliar se há regras de limitações de valores, alimentos ou restrições sanitárias no país em que a Doação ou Patrocínio será realizado; e
- (ix) Solicitar com antecedência as Doações ou Patrocínios, observando os fluxos e prazos internos necessários, bem como reuniões ordinárias dos Comitês de Doações e Patrocínios.

#### **4.6 DIRETORIA JURÍDICA**

Elaborar instrumento contratual para Doações ou Patrocínios, observando as diretrizes desta Política e emitir recomendações sobre aspectos jurídicos.

#### **4.7 COLABORADORES DA BRF**

Cumprir as diretrizes estabelecidas neste documento, participar dos treinamentos relativos a esta Política e assegurar que todos os Parceiros de Negócios sejam informados sobre este conteúdo.

#### **4.8 INSTITUTO BRF**

- (i) Deliberar as solicitações de Doações e Patrocínios incentivados, em linha com a estratégia de investimento social, conforme alçadas estabelecidas na Política Corporativa nº 01.1.103 - Alçadas de Aprovação / *Competence of Approval*;
- (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; e
- (iv) Conduzir as Doações, por meio de sua rede de Comitês de Investimento Social, de acordo com os fluxos propostos nessa Política.



#### **4.9 COMITÊ DE DOAÇÕES (“CD”) E COMITÊ DE PATROCÍNIOS (“CP”)**

Avaliar, respectivamente, as solicitações de Doações e de Patrocínios, conforme as diretrizes estabelecidas em regimento interno (Documento 28.1.007).

### **5. DIRETRIZES**

#### **5.1 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.

Assim, toda Doação deverá estar alinhada com as premissas a seguir:

- (i) 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; e
- (ii) Devem ter propósito sociocultural, e/ou educacional e/ou humanitário, sem contrapartida indevida.

Todo Patrocínio deve estar alinhado:

- (i) Com as estratégias de divulgação das marcas da Companhia e sempre haverá contrapartida relacionada à divulgação das marcas, nome e/ou produtos da Companhia.

É **proibido** realizar Doações ou Patrocínios, que se enquadrem em qualquer uma das hipóteses abaixo:

- (i) Que possam violar as leis aplicáveis, Manual de Transparência ou outras Políticas da BRF;
- (ii) Que possam gerar Conflitos de Interesses, ainda que aparente ou potencial;
- (iii) Que prejudiquem a reputação da BRF; e
- (iv) Beneficiários que sejam pessoas físicas.

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



## **5.2 DIRETRIZES SOBRE SOLICITAÇÕES E APROVAÇÕES NECESSÁRIAS**

Qualquer Colaborador da BRF pode submeter um pedido de Doação ou Patrocínio para avaliação das áreas responsáveis, seguindo os fluxos de aprovação previstos na Política Corporativa nº 01.1.103 - Alçadas de Aprovação / *Competence of Approval*. A submissão do pedido deve ser realizada via sistema, sendo possível o trâmite por e-mail, somente nos países, que não se utilizam de sistema para solicitação de Doações e Patrocínios.

Para requisitar um Patrocínio ou Doação, o Solicitante deve ter ciência da integralidade desta Política e providenciar as informações e documentos necessários para início do processo de avaliação por Compliance, que ocorrerá somente após o completo envio das informações e documentos necessários. 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 deverá ser o Beneficiário. Já as Doações e Patrocínios realizados em produtos fabricados ou não pela BRF, estes deverão ser entregues conforme condições estabelecidas no instrumento jurídico, conforme fluxo. É expressamente proibida a cessão ou a sua transferência para qualquer indivíduo ou empresa que não seja o Beneficiário avaliado pelo Comitê de Doações ou de Patrocínios, assim como pelos demais órgãos de Governança da Companhia, sendo que qualquer mudança no escopo do pedido exige que o processo de aprovação seja reiniciado.

Os instrumentos jurídicos firmados com os Beneficiários devem conter a cláusula de cumprimento à legislação anticorrupção aplicável, durante toda a vigência do contrato, sendo o seu descumprimento justo motivo para rescisão do vínculo existente entre as partes.

## **5.3 DIRETRIZES ESPECÍFICAS PARA DOAÇÕES E PATROCÍNIOS AO PODER PÚBLICO EM QUALQUER VALOR DE REFERÊNCIA**

Doações ou Patrocínios realizados, direta ou indiretamente, ao Poder Público, somente deverão ser realizados se estiverem em linha com os fins e propósitos sociais, educacionais e humanitários, regulados por esta Política, incluindo, mas não se limitando aos mencionados abaixo:

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



## 5.4 DIRETRIZES ESPECÍFICAS DE DOAÇÕES

### 5.4.1 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 entidades homologadas 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, disponibilizado pela Companhia.

### 5.4.2 Doações para Ajuda Humanitária

Doações para atender situações emergenciais, pós-desastres e/ou calamidade pública serão realizadas 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 conforme Anexo A - Tabela de Alçadas de Aprovações da Política Corporativa nº 01.1.103 - Alçadas de Aprovação / *Competence of Approval*.

### 5.4.3 Doação Política ou Doações para Campanhas Eleitorais

São proibidas as seguintes Doações:

(i) qualquer coisa, valor ou quaisquer produtos (fabricados ou não pela Companhia) a candidatos políticos, partidos políticos ou a quaisquer associações Políticas; e

(ii) Qualquer coisa de valor ou produtos (fabricados ou não pela Companhia) para eventos com a participação ou promoção de candidatos políticos, partidos políticos ou de quaisquer associações Políticas.

**NOTA:** Durante o período de campanha eleitoral, é **igualmente proibido:** (i) Participação de candidatos políticos em eventos promovidos ou apoiados pela BRF; (ii) visitas de candidatos políticos às fábricas da BRF, centros de distribuição ou quaisquer outras instalações da BRF; e (iii) Prestação de serviços de qualquer natureza, empréstimos de veículos e outros atos que beneficiem candidatos políticos, terceiros ou partidos políticos.

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



A BRF não endossa e nem autoriza Doações a candidatos políticos, partidos políticos ou quaisquer associações políticas. Adicionalmente, nos casos em que forem realizadas doações políticas pelos Colaboradores (pessoas físicas), estes deverão informar às Áreas de Compliance e Jurídico, para avaliação de possível exposição ao risco de imagem da Companhia.

## **5.5 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.

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.

### **5.5.1 Patrocínios de Marcas de Consumo, Patrocínios Institucionais e Patrocínios da Marca BRF**

Os Patrocínios devem estar alinhados as estratégias abaixo descritas e aprovados conforme fluxos estabelecidos nesta Política e alçadas descritas no Anexo A - Tabela de Alçadas de Aprovações da Política Corporativa nº 01.1.103 - Alçadas de Aprovação / *Competence of Approval*.

**Patrocínios Marcas de Consumo:** Os Patrocínios de marcas de consumo (Sadia, Perdigão, Qualy etc.) devem estar alinhados às respectivas estratégias de Marketing de cada marca e submarca da Companhia, conforme definição das áreas responsáveis por cada uma das marcas.

**Patrocínios Institucionais:** Os Patrocínios relacionados ao relacionamento institucional da BRF devem estar alinhados com estratégia definida pela Área de Relações Institucionais, em linha com a estratégia de negócio da Companhia, com o objetivo de fortalecer seu posicionamento institucional dentro dos setores em que atua.

**Patrocínios da Marca BRF:** Os Patrocínios relacionados à marca institucional BRF devem estar alinhados com estratégia definida pela Diretoria de Reputação Corporativa, em linha com a estratégia de negócio da Companhia, com o objetivo de fortalecer seu posicionamento institucional dentro dos setores em que atua, além de reforçar o reconhecimento da marca BRF e das suas marcas de consumo (ex: Perdigão, Sadia, Qualy etc).

Para todos os casos, o uso dos logotipos das marcas da Companhia deve sempre estar em conformidade com os padrões de identidade visual da BRF, conforme o Manual de Marca Corporativa, fornecidos pelas áreas responsáveis, conforme acima descrito.

Será caracterizado Patrocínio quando:



**BRF S.A.**

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

- A BRF realizar investimento financeiro em eventos e/ou projetos realizados por Parceiros de Negócios, que estejam em linha com as estratégias das áreas de Marketing/Marcas, Relações Institucionais ou Reputação Corporativa da BRF; e
- Houver contrapartida ao investimento financeiro, como divulgação das marcas em materiais de comunicação, participações nos eventos (ex.: exposição em stands, palestras, veiculação de vídeo sobre a marca, concessão de ingressos para o evento etc.), visando o atingimento de um público-alvo e geração de resultado positivo para a Companhia;

**NOTA:** As ações que não são caracterizadas como Patrocínio estão listados no item 5.7. desta Política.

## **5.6 ARQUIVAMENTO DE EVIDÊNCIAS**

Ao final da Doação ou Patrocínio, o Solicitante deverá manter arquivo e enviar à área de *Compliance*, sempre que solicitado, os seguintes documentos:

1. Evidências que comprovem que os produtos, serviços e/ou valores doados ou patrocinados foram devidamente utilizados, conforme fins propostos;
2. No caso de Patrocínios de projetos incentivados, extrato da declaração da prestação de contas do projeto incentivado para o Poder Público, bem como uma declaração do Beneficiário de que todas as prestações de contas foram feitas em conformidade com a legislação vigente; e
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.

## **5.7 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, não devendo, portanto, ser lançados em contas contábeis relacionadas a Doações e/ou Patrocínios:

- a) Amostras comerciais: concessão de amostras de produtos da BRF para que Parceiros de Negócios conheçam os produtos da Companhia, tais como degustações, ações “compre ganhe”, combos promocionais, sem necessariamente envolver ativação de marca, devendo ser formalizadas e contabilizadas por meio de bonificações, em conformidade com as diretrizes do documento nº 05.1.071 - Acordos Comerciais;
- b) Campanhas de incentivos: são ações de reconhecimento a clientes. Nesses casos, as diretrizes são estabelecidas pelas Diretorias das áreas Comercial e de *Trade Marketing* da BRF;



- c) Acordos comerciais, programas de mercado, bonificações, descontos incondicionais: são ações realizadas com o objetivo de fomentar as vendas junto aos Parceiros de Negócios da BRF, conforme diretrizes do documento nº 05.1.071 - Acordos Comerciais;
- d) Ações de *Trade Marketing* e Categorias: é o conjunto de ações estratégicas para desenvolver e melhorar a relação da Companhia com os canais de venda e *shoppers*;
- e) Ativações de marca: compreendidas nas ações coordenadas pelo time de Marcas/Mídia, Categorias, *Trade Marketing*, que tem como foco a consideração de marca, conversão, executados dentro dos pontos de venda;
- f) Ações de Live Marketing/Marcas: compreendidas naquelas ações de experiência de marca, que suportem as estratégias das marcas, sendo estas ações executadas por meio de agências - Parceiras de Negócios da BRF;
- g) Compra de mídia: publicidade por meios digitais utilizado para divulgar sua marca com auxílio de agências de publicidade - Parceiras de Negócios da BRF;
- h) Amostras laboratoriais: concessão de amostras de produtos da BRF para atendimento de fiscalização e análises laboratoriais, ou para pesquisas em universidades e instituições conveniadas;
- i) Matéria-prima (ovos, aves, leitões) para instituições de pesquisa: concessão de matéria-prima para objeto de estudo em instituições de ensino para pesquisas acadêmicas;
- j) Brindes, Presentes e Hospitalidades: previstos no documento 28.1.001;
- k) Valorização de Colaboradores BRF, Endomarketing: são ações realizadas pela área de Recursos Humanos para incentivo dos Colaboradores BRF;
- l) 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
- m) Repasse de produtos aos integrados e vizinhos dos integrados para cumprimento de exigências sanitárias.

## **5.8 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 solicitante da Doação ou Patrocínio 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.



## **5.9 CONTROLES**

Os registros devem ser mantidos em conformidade com as leis e regulamentações aplicáveis, refletindo a integridade, a precisão e a exatidão das transações relacionadas ao recebimento e/ou realização de Doações e Patrocínios, sendo proibido operações sigilosas não registradas e/ou não informadas. A Diretoria de *Compliance* monitora, regularmente, as Doações e Patrocínios realizados a fim de verificar a correta aplicação desta Política.

## **6. DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA**

- 01.1.100 - Manual de Transparência BRF / *BRF Transparency Manual / Manual de Transparencia BRF.*
- 01.1.103 - Alçadas de Aprovação / *Competence of Approval.*
- 05.1.071 - Acordos Comerciais - Aplicável somente ao Brasil.
- 28.1.001 - Política Corporativa de Brindes, Presentes e Hospitalidades / *Gifts, Presents and Hospitalities Corporate Policy.*
- 28.1.002 - Política Corporativa de Denúncias ao Canal de Transparência / *Corporate Policy of Reporting to the Transparency Channel.*
- 28.1.005 - Política Corporativa de Conflito de Interesses / *Conflict of Interests Corporate Policy.*
- 28.1.007 - Regimento Interno Comitê de Doações e Patrocínios / *Internal Regulation of Donations and Sponsorships Committee.*
- 28.1.010 - Política Corporativa Antissuborno e Anticorrupção / *Anti-bribery and Anti-corruption Corporate Policy.*
- 28.3.001 - Análise Reputacional Contínua ou *Due Diligence* Reputacional.

\*Formulários estão disponíveis no Portal Global: Intranet > Geral > Formulários > *Compliance.*

## **7. 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.

As pessoas que violarem esta Política estarão sujeitas às medidas legais e/ou disciplinares cabíveis, que serão determinadas pelos administradores competentes da BRF.



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

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.

## **8. APROVAÇÕES**

<b>RESPONSÁVEL</b>	<b>ÁREA</b>
<b>ELABORAÇÃO</b>	Diretoria Global de <i>Compliance</i>
<b>REVISÃO</b>	Comitê de Auditoria e Integridade
<b>APROVAÇÃO</b>	Conselho de Administração

## **GLOSSÁRIO**

**Análise Reputacional ou *Due Diligence Reputacional* (“DD”):** Procedimento compreendido na realização de pesquisas reputacionais (*screening*) em Parceiros de Negócios, que desejam se relacionar ou já se relacionam com a Companhia, por meio de contratações classificadas pela área de *Compliance* como de Alto Risco, para compreensão do grau dos riscos que, eventualmente, podem estar associados a esses Parceiros de Negócios. Na DD são verificadas informações de Processos Judiciais, Listas Restritivas ou Mídias Negativas, que tragam indícios de infrações às leis e normas vigentes e/ou às diretrizes contidas no Manual de Transparência ou nas Políticas e Documentos Normativos internos da BRF, praticadas por tais Parceiros de Negócios.

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

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

**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.

**Comitê de Doações:** É composto pela Diretoria de Reputação Corporativa, e Instituto BRF, com apoio das Diretorias de *Compliance*, RH e Jurídica. O Comitê tem por objetivo avaliar as solicitações de Doações, conforme descrito em seu Regimento Interno.



**BRF S.A.**

Companhia Aberta de Capital Autorizado

CNPJ 01.838.723/0001-27

**Comitê de Patrocínios:** É composto pela Diretoria de Marketing, Diretoria de Reputação Corporativa, Área de Relações Institucionais, com apoio das Diretorias de *Compliance*, RH e Jurídica. O Comitê tem por objetivo avaliar as solicitações de Patrocínios, conforme descrito em seu Regimento Interno.

**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.

**Endomarketing:** Conjunto de estratégias e ações de marketing institucional voltadas para os Colaboradores BRF.

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

**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.

**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.

**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.).



**BRF S.A.**

Companhia Aberta de Capital Autorizado  
CNPJ 01.838.723/0001-27

**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, portanto, são expressamente proibidos de serem doados.