



POLÍTICA DE USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

VERSÃO 1.1



SUMÁRIO

1. PROPÓSITO	4
2. DEFINIÇÕES	4
3. OBJETIVO	4
4. PÚBLICO	5
5. CONTEÚDO	5
6. DISPOSIÇÕES GERAIS	7
7. <i>STATUS</i> DE CONFIDENCIALIDADE	7

1. PROPÓSITO

O propósito desta política é estabelecer diretrizes mínimas aos colaboradores da Companhia, partes interessadas e terceiros para a boa utilização das mídias sociais.

2. DEFINIÇÕES

Companhia: Marfrig Global Foods S.A., suas filiais e as empresas por ela controladas e/ou administradas.

Fake News: “notícias falsas” em inglês. São informações noticiosas que não representam a realidade, mas que são compartilhadas na internet como se fossem verdadeiras, principalmente por meio das redes sociais.

Mídias sociais: constituem canais de relacionamento na internet, nos quais existem diferentes possibilidades de interação e participação entre os usuários.

Partes Interessadas: controladores, acionistas, conselheiros e membros dos comitês da Companhia.

Terceiros: são diversas entidades e indivíduos que agem em nome de uma empresa, incluindo – mas não se limitando a – agentes, consultores, representantes de vendas, agentes aduaneiros, revendedores, subcontratados, franqueados, advogados, contadores ou intermediários similares.

3. OBJETIVO

São objetivos desta política:

- Estabelecer diretrizes sobre a imagem da Companhia nas mídias sociais;
- Estabelecer orientações mínimas sobre o comportamento esperado dos colaboradores da Companhia, das partes interessadas e dos terceiros agindo em nome da Companhia, bem como apresentar mecanismos de controles internos para prevenir e detectar eventuais situações que possam ser interpretadas como não conformidades.

4. PÚBLICO

Aplica-se em toda cadeia de valor, independentemente da localização geográfica. Assim, esta política é aplicável a todos os colaboradores da Companhia, partes interessadas e terceiros agindo em nome da Marfrig.

5. CONTEÚDO

As mídias sociais possuem influência significativa no comportamento do investidor e também são um instrumento utilizado para coleta de informações e detecção de tendências de mercado. Além disso, podem ter impacto significativo na imagem e reputação, caso não sejam utilizadas de maneira apropriada. Por esses motivos, proteger a imagem e reputação da Companhia é responsabilidade de todos.

Não é esperado do colaborador da Companhia, das partes interessadas e de terceiros qualquer mensagem:

- Difamatória, maliciosa, obscena, intimidadora, discriminatória ou comentários ameaçadores;
- Que possua apelos à violência de qualquer tipo;
- Que viole qualquer lei, regulamento ou políticas da Companhia;
- Que viole qualquer direito de propriedade intelectual, incluindo, sem limitação, nomes de marcas, nomes comerciais, logotipos, direitos autorais ou segredos comerciais de qualquer pessoa, empresa ou local;
- Conteúdo falso (*fake news*) e/ou não autorizado pela Companhia.

É importante que os colaboradores da Companhia, as partes interessadas e os terceiros entendam as suas responsabilidades:

- Respeitar os colaboradores, clientes, fornecedores, e/ou qualquer parte interessada da Companhia;
- Não publicar nenhuma imagem das dependências da Companhia;

- Compartilhar somente mensagens públicas e que foram divulgadas pelo site e/ou mídia social oficial da Companhia;
- Seguir as diretrizes do Código de Ética e Conduta e demais políticas internas da Companhia;
- Em caso de divulgação de encontros sociais entre os colaboradores da Marfrig, deve-se usar o bom senso, para não expor a imagem da Companhia e de seus colaboradores;
- Estar ciente de que você representa a Marfrig quando menciona que o seu local de trabalho é a Companhia;
- Não fornecer informações dos clientes, fornecedores, colaboradores e/ou qualquer parte interessada da Companhia;
- Não mencionar o nome de clientes, fornecedores, colaboradores e/ou qualquer parte interessada da Companhia;
- Não criar perfis em nome da Companhia;
- Garantir que o tempo utilizado para acessar as mídias sociais não esteja interferindo na performance das suas responsabilidades dentro da Companhia;
- Estar ciente de que a sua publicação local pode ter impacto global. Algumas atitudes permitidas no Brasil não são permitidas ou bem-vistas em outros países onde a Companhia possui subsidiárias ou controladas;
- A Companhia permite que somente colaboradores autorizados e especializados interajam em seu nome. Para saber quem são os colaboradores autorizados (porta-vozes), entre em contato com o Departamento de Comunicação da Marfrig;
- Ao se deparar com uma manifestação sobre a Companhia, o colaborador deve sempre informar o Departamento de Comunicação para que a resposta apropriada se torne pública;
- Para preservar a boa imagem da Marfrig, os colaboradores não devem usar dispositivos celulares e fotográficos dentro das unidades de processamento da Companhia;



- Zele pela sua imagem pessoal. Tenha cuidado com as informações pessoais que você publica;
- Para evitar a difusão de *fake news*, avalie o que está sendo compartilhado na internet. Não replique informações da Companhia, do setor e de concorrentes sem verificar se a fonte é confiável e a informação é verdadeira, mesmo em grupos fechados de mídias sociais (ex.: WhatsApp, Facebook);
- Se estiver com dúvidas, não publique a mensagem.

Caso a Companhia encontre manifestações em seu nome efetuadas por pessoas não autorizadas, poderão ser aplicadas as penalidades cabíveis, tais como advertência, suspensão disciplinar e até mesmo demissão por justa causa, a depender da gravidade do teor da manifestação e das consequências para a Marfrig.

6. DISPOSIÇÕES GERAIS

Quando observados potenciais conflitos entre as normas e diretrizes internas da Companhia, os colaboradores deverão orientar sua conduta considerando a norma ou diretriz mais restritiva.

7. STATUS DE CONFIDENCIALIDADE

Esta é uma política pública.



www.marfrig.com.br