

1. TERMOS E DEFINIÇÕES

Para os fins desta Política, foram definidos os termos:

- 1.1. Análise Reputacional:** procedimento de condução de pesquisas em terceiros, que desejam se relacionar ou que já se relacionam com a Hyundai, para compreensão do grau de riscos reputacionais que, eventualmente, possam estar associados a eles.
- 1.2. Colaboradores:** todos os representantes, diretores, administradores e colaboradores da Hyundai, bem como qualquer outra pessoa física ou jurídica que trabalhe para ou em nome da Hyundai.
- 1.3. Órgão Público:** é amplamente definido, de modo a incluir, mas não se limitando a órgãos da administração direta, indireta, nacional ou estrangeira, de qualquer um 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 agências reguladoras, alfândegas, fundações públicas, cartórios, delegacias de polícia, repartições fiscais, emissores de autorizações, aprovações, licenças governamentais, vistos, etc.
- 1.4. OSC (Organizações da Sociedade Civil):** entidades sem fins lucrativos de desenvolvimento e implementação de políticas públicas que atendam às demandas sociais.
- 1.5. OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público):** qualificação jurídica atribuída a diferentes tipos de entidades privadas atuando em áreas típicas do setor público com interesse social, que podem ser financiadas pelo Estado ou pela iniciativa privada sem fins lucrativos.
- 1.6. Partes relacionadas:** empregados, acionistas, administradores, clientes, governos, bancos, entidades reguladoras, investidores etc., que, ao possuírem um grau de relacionamento interno com Hyundai, são consideradas como partes relacionadas ou partes interessadas, e que desempenham algum papel nos processos relacionados.
- 1.7. Partido Político:** pessoa jurídica de direito privado, orientada para disputar eleições e ocupar cargos nos poderes legislativo e executivo, seguindo as regras de um regime democrático de direito.
- 1.8. Patrocinado:** pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, com ou sem fins lucrativos, que recebe um Patrocínio, obrigando-se às contraprestações ajustadas com a Hyundai.
- 1.9. Patrocínio:** a ação de comunicação que se realiza por meio da aquisição do direito de associação da marca do patrocinador e/ou de seus produtos e serviços com projeto ou atividade de iniciativa de um terceiro, mediante a celebração de contrato de patrocínio que tenha entre seus objetivos o de trazer uma exposição positiva para a marca Hyundai e/ou para seus produtos.

1.10. Patrocínio com Incentivo Fiscal: é todo patrocínio realizado por meio de leis de incentivo que permitem o direcionamento de recursos para projetos aprovados e que concedem isenções ou benefícios fiscais ao Patrocinador.

2. PROPÓSITO

Esta Política visa estabelecer diretrizes e critérios para os Patrocínios, de acordo com o Código de Ética e Conduta da Hyundai e legislação aplicável.

3. ESCOPO

Esta Política aplica-se a todos os colaboradores e a qualquer outra pessoa, física ou jurídica, que trabalhe para ou em nome da Hyundai.

4. RESPONSABILIDADES E AUTORIDADES

4.1. Departamento Solicitante

Acionar os departamentos competentes para avaliação das regras e critérios estabelecidos, de acordo com a natureza do projeto, envolvendo o Departamento de Marketing em projetos de Patrocínios, e/ou o Departamento Assuntos Corporativos.

4.2. Departamento de Controles Internos, Ética e Compliance

4.2.1. Time de Ética e Compliance

É o time responsável por:

- a) Conduzir, mediante solicitação dos Departamentos de Marketing e/ou de Assuntos Corporativos, a Análise Reputacional dos potenciais Patrocinados.
- b) Avaliar o cumprimento das normas e processos estabelecidos nesta Política nos processos de Patrocínios e Patrocínios com incentivo fiscal.
- c) Avaliar a existência de possíveis conflitos de interesses que, se existentes, devem ser objeto de um parecer explicando a natureza do conflito de interesse e qual a conduta recomendada para se lidar com o conflito em questão.
- d) Analisar e emitir parecer sobre todas as solicitações de Patrocínios e Patrocínios incentivados

4.3. Time de Auditoria Interna

É o time responsável por:

- a) Auditar o cumprimento das normas relacionadas aos Patrocínios previstas nesta Política.

4.4. Departamento de Marketing

É o departamento responsável por:

- a) Receber todas as solicitações de Patrocínios e verificar: **(i)** se o Patrocínio proposto atende aos interesses da Hyundai e está de acordo com sua visão, missão, valores e estratégia de negócio; **(ii)** se está de acordo com as legislações aplicáveis e os requisitos expostos nesta Política, especialmente em relação aos Patrocínios proibidos; **(iii)** o impacto que o Patrocínio poderá apresentar à Hyundai e **(iv)** a disponibilidade do objeto do Patrocínio pretendido.
- b) Gerenciar todas as etapas dos processos de Patrocínio, observando os fluxos estabelecidos nos Anexo 1 e 2 desta Política.
- c) Solicitar, antecipadamente, ao time de Ética e Compliance, a realização de Análise Reputacional dos potenciais Patrocinados.
- d) Solicitar, antecipadamente, ao Departamento Fiscal a análise e orientação sobre as questões tributárias relacionadas a todas as solicitações de Patrocínios, para que eventuais benefícios fiscais ou cargas tributárias adicionais sejam considerados no cálculo de impostos, em conformidade com a Política de Despesas Inedutíveis (HB-FI-OP-014).
- e) Monitorar e registrar as evidências de todo o processo, assegurando o cumprimento dos objetivos e a realização de Patrocínio dentro dos limites legais.
- f) Garantir orçamento para realização dos Patrocínios e assegurar a devida contraprestação por parte do Patrocinado, nos termos do contrato de Patrocínio, incluindo o uso da logomarca Hyundai, conforme os padrões de identidade visual da empresa.
- g) Quando necessário, fazer o alinhamento e obter a autorização para uso da logomarca da Hyundai, de propriedade da Hyundai Motors Corporation (HMC).
- h) Acompanhar a aplicação da verba destinada aos Patrocínios e a execução do plano de trabalho por parte do Patrocinado.

4.5. Departamento de Assuntos Corporativos

É o departamento responsável por:

- a) Analisar todas as solicitações de Patrocínios com incentivo fiscal, Patrocínios realizados a Órgãos Públicos, OSC, OSCIP, atividades ou eventos de interesse público ou de cunho social, e verificar: **(i)** se o Patrocínio com incentivo fiscal proposto atende aos interesses da Hyundai e está de acordo com sua visão, missão, valores e estratégia de negócio; **(ii)** se está de acordo com as legislações aplicáveis e os requisitos expostos nesta Política; **(iii)** o impacto que o Patrocínio com incentivo fiscal poderá apresentar à Hyundai e **(iv)** a disponibilidade do objeto do Patrocínio com incentivo fiscal pretendido.
- b) Gerenciar todas as etapas dos processos de Patrocínio com incentivo fiscal, observando os fluxos nos Anexos 1 e 3 desta Política.
- c) Solicitar, antecipadamente, ao time de Ética e Compliance, a realização de Análise Reputacional dos potenciais Patrocinados.
- d) Solicitar, antecipadamente, ao Departamento Fiscal a análise e orientação sobre as questões tributárias relacionadas a todas as solicitações de Patrocínios, para que eventuais

benefícios fiscais ou cargas tributárias adicionais sejam considerados no cálculo de impostos, em conformidade com a Política de Despesas Indedutíveis (HB-FI-OP-014).

- e) Monitorar e registrar as evidências de todo o processo, assegurando o cumprimento dos objetivos e a realização de Patrocínio com incentivo Fiscal dentro dos limites legais.
- f) Garantir orçamento para realização dos Patrocínios com incentivo Fiscal e assegurar a devida contraprestação por parte do Patrocinado, nos termos do contrato, incluindo o uso e exposição da logomarca Hyundai, conforme os padrões de identidade visual da empresa.
- g) Acompanhar a aplicação da verba destinada aos Patrocínios com incentivo Fiscal e a execução do plano de trabalho por parte do Patrocinado.

4.6. Departamento Jurídico

É o departamento responsável por:

- a) Elaborar ou revisar o devido instrumento contratual para a realização de Patrocínios, observando as diretrizes e o fluxo estipulado nesta Política.

4.7. Departamento Fiscal

É o departamento responsável por:

- a) Conduzir, mediante solicitação dos Departamentos de Marketing e/ou de Assuntos Corporativos, análise de incidência de isenções ou benefícios fiscais, bem como outros aspectos fiscais relevantes, inclusive eventuais cargas tributárias adicionais.
- b) Certificar que as solicitações de Patrocínios estejam acompanhadas de documento fiscal comprobatório, conforme estipulado na legislação, quando aplicável.
- c) Aplicar as deduções cabíveis para cada tipo de Patrocínio, observando os limites determinados pela legislação aplicável.
- d) Analisar e orientar sobre as questões tributárias, como departamento consultado, todas as solicitações de Patrocínios.

5. DIRETRIZES GERAIS

Todos os departamentos podem submeter um pedido de Patrocínio para avaliação dos departamentos responsáveis, seguindo o fluxo de Patrocínios e as regras desta Política.

Todas as solicitações de Patrocínios deverão ser direcionadas ao departamento de Marketing. Os Patrocínios Incentivado, Patrocínios realizados a Órgãos Públicos, OSC, OSCIP, atividades ou eventos de interesse público ou de cunho social serão encaminhados pelo departamento de Marketing ao Departamento de Assuntos Corporativos.

O departamento solicitante deve ter ciência desta Política e providenciar os documentos necessários para solicitação, alinhados com os Departamento de Marketing e/ou de Assuntos Corporativos.

Todos os Patrocínios devem **(i)** estar em conformidade com as legislações aplicáveis; **(ii)** atender aos interesses da Hyundai; **(iii)** estar de acordo com sua visão, missão, valores e estratégia de negócio da empresa; e **(iv)** contribuir para o desenvolvimento social e/ou para a proteção do meio ambiente, preferencialmente em locais de atuação da empresa.

O uso da logomarca da Hyundai, para fins de Patrocínio, deve estar de acordo com os padrões de identidade visual da empresa, definidos pela **HMC (Hyundai Motor Company)** e aprovados pelo departamento de Marketing.

Os Patrocínios da Hyundai devem ser realizados de forma a cumprir com a responsabilidade social, em conformidade com a lei e políticas internas da empresa, de maneira a não configurar situações de corrupção ou conflito de interesse.

Caso não haja consenso quanto à responsabilidade social, em conformidade com a lei e políticas internas da empresa, ou compatibilidade do patrocínio com Código de Ética e Conduta da Hyundai, a decisão deverá ser submetida à apreciação do Comitê de Ética e Compliance.

Todos os Patrocínios devem estar alinhados com o time de Ética e Compliance, Fiscal, Jurídico e Marketing, conforme fluxo estabelecido nesta Política.

Os contratos firmados com os Patrocinados devem conter a cláusula anticorrupção padrão da Hyundai, por meio da qual a outra parte declara conhecer e cumprir a legislação anticorrupção aplicável, assim como práticas de prevenção à lavagem de dinheiro.

6. PROIBIÇÕES GERAIS:

É proibido realizar Patrocínios:

- a) Que violem alguma legislação e/ou que estejam em desacordo com o Código de Ética e Conduta da Hyundai.
- b) Que sejam de cunho político-partidário, para candidatos, pessoas expostas politicamente ou partido político.
- c) Que gerem conflito de interesses, ainda que potencial ou aparente.
- d) Que prejudiquem a reputação da Hyundai.

7. INGRESSOS PARA EVENTOS

No caso de Patrocínios de eventos aos quais, como contraprestação, a Hyundai tenha direito ao recebimento de uma quantidade limitada de ingressos, sua distribuição deverá ser definida caso a caso, com transparência, razoabilidade, e bom senso, de forma a fomentar o engajamento e o reconhecimento do trabalho dos Colaboradores envolvidos.

A distribuição dos ingressos deverá estar alinhada aos princípios dos Valores Fundamentais, responsabilidade social e Código de Ética e Conduta da Hyundai.



Eventos com Patrocínio sob responsabilidade do Departamento de Assuntos Corporativos: Os ingressos poderão ser distribuídos aos Colaboradores e parceiros de negócios, atendendo aos interesses da Hyundai e as diretrizes acima, pelo Departamento de Assuntos Corporativos, com a supervisão do Departamento de Recursos Humanos.

Eventos com Patrocínio sob responsabilidade do Departamento de Marketing: Os ingressos poderão ser distribuídos aos Colaboradores e parceiros de negócios, atendendo aos interesses da Hyundai e as diretrizes acima, pelo Departamento de Marketing, com a supervisão do Departamento de Recursos Humanos.

8. DISPOSIÇÕES FINAIS

A Hyundai valoriza a transparência e integridade em suas relações, visando o desenvolvimento sustentável, por isso, incentiva o diálogo aberto e transparente, de modo que cada situação de possível desconformidade com as regras aqui estabelecidas seja devidamente endereçada, avaliada e resolvida, através de esclarecimento de dúvidas via compliance@hyundai-brasil.com ou ainda através de reporte de denúncia via Ethics Line, ethicsline@hyundai-brasil.com

Casos omissos ou exceções a esta Política deverão ser comunicados e deliberados pelos membros do Comitê de Ética e Compliance, Vice-Presidentes e Diretores, sempre tendo em vista os critérios estabelecidos nesta Política.

9. DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

- a) Código de Ética e Conduta da Hyundai;
- b) Política de Conflito de Interesses (HB-CG-GP-013);
- c) Política de Despesas Indedutíveis (HB-FI-OP-014).