

	POLÍTICA DE PATROCÍNIOS	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 1/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

POLÍTICA DE PATROCÍNIOS

CONTROLE DE ALTERAÇÕES

Revisão	Data	Local da Revisão	Descrição
0	15/08/2019	-	Emissão inicial
1	03/07/2023	Itens 2, 3, 4, 5 e 6	Inclusão de termos e definições, revisão das atribuições e responsabilidades; segregação de diretrizes para patrocínio direto e patrocínio incentivado e inclusão de referências.

LISTA DE DISTRIBUIÇÃO

Função
Todos os administradores e colaboradores do Grupo Magazine Luiza

LISTA DE TREINAMENTO

Áreas Funcionais
Todos os administradores e colaboradores relacionados às ações de patrocínios

Elaborado/Revisado por:

Especialista em Leis de Incentivo e Responsabilidade Social
 Gerência Corporativa de Reputação e Sustentabilidade
 Diretoria de *Compliance*, Integridade e PLD
 Diretoria Jurídica

Aprovado por:

Conselho de Administração, em 14/08/2023.

 <p>Programa de Integridade Porque o CERTO é CERTO</p>	POLÍTICA DE PATROCÍNIOS	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 2/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

1. OBJETIVO

Estabelecer critérios para concessão de patrocínios diretos e/ou incentivados em projetos sociais, culturais, esportivos, de saúde e de ação que envolvam idosos e crianças, desde que estejam alinhados com os valores e cultura do Grupo Magazine Luiza.

2. TERMOS E DEFINIÇÕES

- **Agente público:** toda pessoa que exerce – mesmo que de forma transitória ou sem remuneração, seja por eleição, nomeação, designação, contratação, concurso ou qualquer outra forma de vínculo – mandato, cargo, emprego ou função no município, estado, União, órgãos públicos ou qualquer empresa pública ou controlada pelo governo (fundações, autarquias, empresas públicas, etc).
- **Análise de integridade (*background check*):** consiste no processo de coleta, análise e avaliação de informações relacionadas a terceiros, seus sócios e partes relacionadas, disponíveis em bases públicos ou por meio de empresas especializadas, a fim de avaliar se o relacionamento com este terceiro representa algum risco que possa impactar na imagem do Grupo Magazine Luiza.
- **Coligadas:** sociedade em que o capital de outra sociedade participa com uma porcentagem significativa do capital social da outra, sem de fato controlá-la.
- **Filantropia:** ato de ajudar o próximo, por meio de várias ações altruístas e solidárias que colaboram para melhorar o bem estar da comunidade (de outros membros da sociedade). Estas ações podem ser coordenadas por um grupo de pessoas dentro da organização (acionistas, colaboradores, diretores, etc), que podem possuir uma causa comum.
- **Patrocínios diretos:** concessão de valores financeiros próprios da Companhia a uma instituição ou evento organizado com o intuito de divulgar a marca e estreitar a comunicação da empresa com os seus *stakeholders*. Pode, também, se consubstanciar em forma de auxílio a causas que estejam relacionadas aos objetivos estratégicos do negócio e/ou de sustentabilidade da empresa.
- **Patrocínios incentivados:** ações de patrocínio que são previstas em leis de incentivo fiscal (isenção fiscal), tendo seus requisitos e contrapartidas previstos na norma. Este tipo de patrocínio constitui em um incentivo pelo Governo para o financiamento de projetos que

 <p>Programa de Integridade Porque o CERTO é CERTO</p>	POLÍTICA DE PATROCÍNIOS	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 3/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

gerem um ganho social, por meio da utilização de recurso público advindo de impostos.

- **Pessoas Politicamente Expostas (“PEPs”):** Agentes públicos que desempenham, ou desempenharam, nos últimos 5 (cinco) anos no Brasil ou em países, territórios e dependências estrangeiros, cargos ou funções públicas relevantes - com qualquer tipo de poder decisório e/ou de fiscalização.
- **Organizações Sem Fins Lucrativos:** organizações de direito privado, dotadas de personalidade jurídica, que visam a consecução de um objetivo comum aos seus membros, desde que este objetivo não seja o lucro.

3. ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES

Cargos	Responsável por:
Conselho de Administração (CA)	<ul style="list-style-type: none"> ● Aprovar as diretrizes de concessão de patrocínios; ● Avaliar e aprovar a presente política.
Presidente do Conselho de Administração	<ul style="list-style-type: none"> ● Garantir que as estratégias de patrocínio do Magazine Luiza estejam aderentes à presente política; ● Aprovar a conveniência e oportunidade das propostas de patrocínio incentivado do Magazine Luiza; ● Assegurar que a presente política seja implantada e cumprida.
Diretoria Executiva e Diretoria de Áreas Funcionais	<ul style="list-style-type: none"> ● Observar todas as diretrizes desta política que são aplicáveis à sua respectiva área, e garantir que sejam cumpridas; ● Aprovar a concessão de patrocínio direto de sua respectiva área.
Diretoria Jurídica	<ul style="list-style-type: none"> ● Analisar o contrato de patrocínio e identificar possíveis riscos legais; ● Acompanhar o processo de patrocínio até a sua conclusão, solicitando, quando necessário, documentações complementares.
Diretoria de Compliance, Integridade e PLD	<ul style="list-style-type: none"> ● Apoiar na elaboração de políticas, procedimentos e na adoção e institucionalização de mecanismos e/ou instrumentos de controle, relacionados aos requisitos estabelecidos na presente política; ● Realizar a análise de integridade (<i>background check</i>) das instituições proponentes/solicitantes de patrocínios; ● Conduzir processos de verificação de <i>Compliance</i>, a fim de checar a eficácia e efetividade dos requisitos estabelecidos na presente política.
Diretoria de Controladoria	<ul style="list-style-type: none"> ● Informar, anualmente, ao Especialista em Leis de Incentivo, o resultado do lucro real para destinação aos projetos incentivados; ● Informar os responsáveis por cada etapa de análise de documentos fiscais e pagamento; ● Efetuar o abatimento de recolhimento do imposto, mediante pagamento ao projeto, no caso de patrocínio incentivado. <p>Nota 1: O valor que será destinado ao patrocínio incentivado depende</p>

 <p>Programa de Integridade Porque o CERTO é CERTO</p>	POLÍTICA DE PATROCÍNIOS	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 4/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

	do resultado do lucro real, limitado ao percentual definido por cada lei.
Gerência de Reputação e Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> No caso de patrocínios diretos, verificar a conformidade do uso das marcas do Grupo, em consonância com as diretrizes definidas na Política de Proteção à Marca.
Área solicitante do patrocínio direto	<ul style="list-style-type: none"> Organizar toda a documentação suporte para solicitação do patrocínio direto; Enviar documentação suporte ao CSC; Cadastrar no Oracle a empresa patrocinada e respectivos dados bancários para realização das transferências financeiras; Informar o CSC sobre a realização do cadastro.
Especialista em Leis de Incentivo	<ul style="list-style-type: none"> Conduzir o processo de análise técnica e de aprovação das propostas de patrocínio do Grupo Magazine Luiza; Encaminhar para Diretoria de <i>Compliance</i>, Integridade e PLD as propostas de patrocínio a fim de que esta realize a análise de integridade das instituições proponentes; Elaborar parecer técnico acerca do requerimento de patrocínio; Cadastrar parecer técnico no sistema Salicweb; Solicitar emissão / revisão de contrato de patrocínio à Diretoria Jurídica; Verificar o uso da marca, para os casos de patrocínio direto e incentivado; Garantir que o contrato de patrocínio seja firmado pelas alçadas competentes, de acordo com cada Lei; Assegurar que todas as requisições e/ou documentações necessárias ao processo foram cumpridas/obtidas e estão regulares; Certificar-se de que os projetos, instituições, entidades patrocinadas estão aderentes aos princípios e aos valores do Grupo, e, no caso de patrocínios incentivados, que cumpram com os requisitos legais; Enviar a documentação referente ao processo de patrocínio incentivado para conferência antes da realização do respectivo pagamento. <p>Nota 2: no caso de patrocínios diretos, a área responsável pelo patrocínio deve efetuar a tramitação para pagamento (envio da documentação suporte) diretamente ao CSC.</p>
CSC - Centro de Serviços Compartilhados	<ul style="list-style-type: none"> Analisar a documentação suporte do processo de patrocínio; Cadastrar no Oracle as empresas incentivadas e respectivos dados bancários para realização da transferência financeira.

	<p>POLÍTICA DE PATROCÍNIOS</p>	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 5/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

4. DIRETRIZES GERAIS

O Grupo Magazine Luiza realiza dois tipos de patrocínio, a saber: patrocínio direto e patrocínio incentivado.

Todos os beneficiários de patrocínio estão sujeitos ao cumprimento e à observância do Código de Ética e Conduta, Manual Anticorrupção, Política de Neutralização de Conflito de Interesses, Política de Transação entre Partes Relacionadas, Política de Proteção a Marca e de Tratamento da Informação.

Todos os patrocínios realizados pelo Grupo Magazine Luiza devem ser objeto de aprovação pela alçada competente e devidamente formalizados.

Qualquer concessão de patrocínio, seja ele direto ou incentivado, deve ser precedida de processo de análise técnica, avaliação e aprovação. Este processo deve ser norteado pelos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade e transparência, e deve ser conduzido de forma isonômica entre os requerentes que preencherem os requisitos.

Os patrocínios diretos e incentivados devem ser realizados exclusivamente em dinheiro, mediante transferência de recursos via TED. Em hipótese alguma, poderão ser feitos depósitos em contas bancárias de titularidade distinta do projeto/empresa beneficiada.

O Grupo Magazine Luiza poderá, a qualquer momento, suspender ou cancelar os processos de patrocínio referentes à iniciativas/projetos que tenham os propósitos/objetivos iniciais desviados, estejam sendo questionados legalmente e/ou que impactem na reputação da Companhia.

4.1 Vedações

Os projetos que, direta ou indiretamente, estejam relacionados às atividades abaixo, não serão passíveis de patrocínio em hipótese alguma:

- que forem eivados por qualquer ilegalidade, fraude e/ou contrário às disposições da presente Política;
- que tenham como proponente entidade/empresa que não comprove idoneidade fiscal e previdenciária;

 <p>Programa de Integridade Porque o CERTO é CERTO</p>	POLÍTICA DE PATROCÍNIOS	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 6/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

- que causem ou possam vir a causar impacto socioambiental negativo;
- que possuam caráter político-partidário;
- que promovam jogos de azar ou tenham fins especulativos;
- de qualquer natureza discriminatória e sectária;
- que estimulem maus tratos a animais;
- que incentivem qualquer forma de violência;
- que tratem de temas polêmicos;
- cujos organizadores ou proponentes estejam inadimplentes junto ao Grupo Magazine Luiza ou à administração pública;
- que sejam propostos por qualquer profissional envolvido na gestão dos programas dos editais de seleção do Grupo Magazine Luiza ou seus familiares;
- que sejam feitos por terceiros em nome da Companhia;
- que beneficiem colaboradores, como no caso de pessoas jurídicas nas quais colaboradores possuam algum tipo de participação societária;
- para pessoa jurídica controlada, direta ou indiretamente, por Pessoas Expostas Politicamente (PEPs), Agentes Públicos ou por Autoridade Governamental;
- que estejam contrários aos objetivos, cultura ou causas já apoiadas pelo Grupo Magazine Luiza.;
- no caso de patrocínios incentivados, que sejam intermediados por qualquer colaborador (conselheiros, diretores, analistas, etc) do Grupo Magazine Luiza.

4.2 Contrato de Patrocínio

Todos os patrocínios, sejam diretos ou incentivados, devem estar pautados na transparência e respaldados em contratos previamente formalizados entre o Grupo Magazine Luiza e as organizações apoiadas.

No contrato deve(m) estar definida(s) a(s) contrapartida(s) do patrocínio realizado, atribuindo à entidade beneficiada responsabilidade exclusiva pela utilização do valor recebido, obrigando-a a não utilizar tais recursos de forma conflitante com as disposições legais e com o objetivo previamente acordado. O contrato também deverá prever a prestação de contas dos recursos/bens recebidos.

Ademais, o contrato de patrocínio poderá ser suspenso e/ou rescindido imediatamente caso a

 <p>Programa de Integridade Porque o CERTO é CERTO</p>	POLÍTICA DE PATROCÍNIOS	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 7/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

instituição patrocinada não cumpra com as condições previamente estabelecidas; desrespeite as disposições da presente Política e demais políticas cabíveis do Grupo Magazine Luiza, especificamente aquelas voltadas ao combate à corrupção e à lavagem de dinheiro; contrarie disposições legais; ou possa causar qualquer dano reputacional à Companhia.

Nota 3: No caso de patrocínios incentivados, quando aprovados, as contrapartidas estão previstas em lei e não podem ultrapassar tais diretrizes, sob pena de caracterização de uso indevido de recurso público para autopromoção do patrocinador.

Nota 4: As contrapartidas informadas pelo proponente são previamente verificadas pelo especialista em leis de incentivo/responsabilidade social e incluídas em cláusula contratual.

5. DIRETRIZES ESPECÍFICAS

5.1 Patrocínio direto

Serão passíveis de **concessão de patrocínio direto** somente projetos que tenham por objetivo:

1. O nosso propósito: "Levar ao acesso de muitos aquilo que é privilégio de poucos."
2. A responsabilidade socioambiental: reforçar os princípios e a responsabilidade socioambiental com as comunidades onde atuamos, contribuindo para melhorar as condições de vida das pessoas e que promovam a união por uma sociedade mais justa e um Brasil melhor;
3. A complementaridade e sinergia com as causas que já abraçamos: combate a violência contra a mulher, inclusão digital, inclusão social e profissional, preparação das futuras gerações para a vida profissional, diversidade e inclusão (raça, gênero, idade, etc), entre outros;
4. A nossa marca: que promova, intensifique e reconheça a nossa marca como empresa sustentável; e/ou
5. O consumo responsável: promoção de iniciativas de consumo responsável.

Na análise dos projetos de patrocínio direto devem ser levados em consideração a sua localidade, com priorização das regiões que possam maximizar os ganhos do projeto, do seu impacto social

	POLÍTICA DE PATROCÍNIOS	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 8/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

e, quando possível, da sua continuidade, o que inclui o interesse público, o público alvo e/ou número de pessoas impactadas.

Todo o projeto deve ser suportado pela documentação societária da empresa proponente.

No patrocínio direto, o depósito deve ser feito em conta bancária de titularidade da empresa patrocinada.

5.1.1 Processo de seleção e inscrição de patrocínios diretos

As empresas interessadas no patrocínio deverão seguir as seguintes etapas:

1. Envio do projeto e das documentações à área responsável para análise. A análise da área responsável deverá avaliar os seguintes aspectos: objetivo do projeto, estratégia de ação e público-alvo.
2. Uma vez analisada a proposta do projeto, é necessário encaminhar a documentação à Diretoria Jurídica e ao Especialista em Leis de Incentivo, para análise de legalidade. Havendo impedimentos, o processo deverá retornar à área responsável pelo patrocínio, que deve informar o indeferimento à empresa solicitante;
3. Não havendo impedimentos legais, a área de Compliance, Integridade e PLD deverá realizar análise de integridade da empresa solicitante e seus dirigentes, conforme diretrizes contidas na Política de Análise e Monitoramento de Integridade de Terceiros.
4. Após todas as tratativas de análise, a Diretoria da área responsável pelo patrocínio deve aprovar o projeto, que seguirá para os trâmites de pagamento, conforme contrato firmado entre as partes.

Nota 5: Documentação mandatória para análise preliminar da empresa proponente: cartão CNPJ, contrato social e suas alterações, cópia do RG e CPF dos representantes legais e dados da conta bancária de titularidade da empresa.

Nota 6: No contrato de patrocínio direto devem ser definidas as condições/prazos de pagamento e contrapartidas, de acordo com as especificidades do projeto e com o montante investido.

 <p>Programa de Integridade Porque o CERTO é CERTO</p>	POLÍTICA DE PATROCÍNIOS	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 9/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

Nota 7: Os projetos podem ser encaminhados para análise a qualquer momento.

5.1.2 Prestação de contas

As empresas beneficiárias do patrocínio direto devem apresentar a prestação de contas para a área responsável pelo patrocínio, em conformidade com o disposto no respectivo contrato.

Nota 8: As evidências da prestação de contas podem englobar: relatório de execução do projeto, relatório de divulgação (mídias sociais, fotos, etc), conciliação bancária, relatório de pagamento, dentre outras.

5.2 Patrocínio incentivado

Os **patrocínios incentivados** com recursos oriundos de benefícios fiscais estão limitados aos percentuais definidos em lei. Somente serão admitidos projetos que se enquadrem às finalidades da lei que instituiu o respectivo incentivo fiscal. Ex. Lei Rouanet (música, teatro, livro, circo, museus, exposição, restauro de equipamentos culturais, folclore nacional, artesanato, produção cinematográfica).

O envio de projetos de patrocínios incentivados deve ser realizado pelo próprio proponente após obter aprovação do órgão responsável, habilitando-o a captar o patrocínio.

O depósito dos recursos deve ser realizado diretamente na conta do projeto apto a captar.

5.2.1 Processo de seleção e inscrição de projetos incentivados

As empresas requerentes do patrocínio deverão seguir as seguintes etapas:

1. Encaminhar um e-mail com a descrição do projeto para <fabio.costa@magazineluiza.com.br>, informando nome completo e CNPJ do proponente do patrocínio;
2. A área de *Compliance*, Integridade e PLD realizará análise de integridade do proponente e seus dirigentes, conforme diretrizes contidas na Política de Análise e Monitoramento de Integridade de Terceiros.
3. As propostas referentes ao patrocínio incentivado devem ser enviadas de julho a setembro de

	POLÍTICA DE PATROCÍNIOS	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 10/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

cada ano.

4. O projeto será avaliado de acordo com seus benefícios sociais, culturais e de reputação da marca e, caso a análise de integridade e o projeto sejam aprovados, os mesmos passarão à aprovação da Presidente do Conselho de Administração. Nenhum patrocínio poderá ser pactuado sem a aprovação final da Presidente do Conselho.
5. A aprovação do projeto não implica aprovação do valor solicitado, o qual deverá ser definido pelo Grupo Magazine Luiza, conforme o benefício fiscal disponível.
6. Os recursos financeiros serão depositados na conta de titularidade do projeto beneficiado do patrocínio, somente após a aprovação da proposta, validação da documentação e assinatura do contrato de patrocínio.

Nota 9: Os patrocínios incentivados de empresas controladas pelo Grupo Magazine Luiza deverão ser aprovados por suas respectivas Diretorias e seguir o mesmo procedimento previsto neste documento.

5.2.2 Prestação de contas

As entidades incentivadas deverão encaminhar evidências que comprovem a utilização do recurso/bem destinado para o e-mail: <fabio.costa@magazineluiza.com.br>, que podem ser: matérias veiculadas na imprensa, fotos/vídeos dos eventos patrocinados, dentre outros, de acordo com o prazo previsto no contrato.

A prestação de contas também deve ser enviada aos órgãos competentes das leis de incentivos pelo próprio proponente.

6. DISPOSIÇÕES GERAIS

6.1 Aplicabilidade

Esta Política se aplica a todos os administradores e colaboradores do Grupo Magazine Luiza relacionados às ações de patrocínio.

	POLÍTICA DE PATROCÍNIOS	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 11/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

6.2 Vigência e Aprovação

Esta Política tem vigência a partir da data de sua aprovação, podendo ser revisada sempre que necessário.

6.3 Política de Consequências a Violações

Qualquer violação a presente política será passível de penalização, que poderá ser desde advertência verbal até demissão por justa causa e, no caso de ocorrência de danos, reparação do eventual dano causado, em conformidade com a nossa Política de Consequências.

As medidas de consequências adotadas pelo Magazine Luiza, seja no âmbito interno, ou seja por meio de adoção de medida judicial cabível, serão aplicadas após a avaliação da gravidade do caso concreto e dos impactos causados pela violação.

Compete à área de *Compliance* e Integridade apurar os casos relatados e submeter o caso ao Comitê de Integridade, que deverá, em casos graves, ratificar sua decisão no Conselho de Administração.

7. REFERÊNCIAS

- Código de Ética e Conduta;
- FIA - Fundo da Infância e da Adolescência (Lei nº 8.069/1990);
- Fundo do Idoso (Lei nº 12.213/2010);
- Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313/1991);
- Lei Federal de Incentivo ao Esporte (Lei nº 11.438/2006);
- Lei Federal do Audiovisual (Lei nº 8.685/1993);
- Manual de Integridade;
- Manual Anticorrupção e Antissuborno;
- Política de Neutralização de Conflito de Interesses;
- Política de Sustentabilidade;
- Política de Proteção à Marca;
- Política e Procedimento de Análise e Monitoramento de Integridade de Terceiros;
- Pronas – Pessoa com Deficiência (Lei nº 12.715/2012);

 Programa de Integridade Porque o CERTO é CERTO	POLÍTICA DE PATROCÍNIOS	POL-PATR-ML - Doc. Público
		Pág.: 12/12
		Rev.: 1
		Data: 03/07/2023

- Pronon – Oncologia (Lei nº 12.715/2012).