

Política Corporativa para Atividades de Cidadania, Afiliações e Compras de Ingressos

(Revisada em 9 de agosto de 2011,
com modificações no Anexo 1 em 12 de novembro de 2012 e
modificações no Anexo 2 em 29 de janeiro de 2013)

ÍNDICE

Preâmbulo	5
<u>I. Definições e informações gerais</u>	6
1. Atividades de Cidadania Corporativa	6
1.1 Doações	6
1.2 Patrocínios	6
2. Afiliações	7
2.1 Associações	7
2.2 Afiliações contribuintes	7
3. Compras de ingressos	7
<u>II. Atividades de Cidadania Corporativa</u>	8
1. Orientações para o Grupo ThyssenKrupp	8
1.1 Áreas de foco das atividades de Cidadania Corporativa	8
1.2 Objetivos	8
1.3 Adequação	9
1.3.1 Objetividade das decisões governamentais	9
1.3.2 Envolvimento na esfera política	9
1.3.3 Escala de contribuição	10
2. Coordenação e organização	10
3. Aprovações e exigências de relatórios	12
4. Regras adicionais para doações e patrocínios	12
4.1 Doações e patrocínios na ThyssenKrupp AG	12
4.2 Desastres naturais e outras emergências extraordinárias	12
<u>III. Afiliações</u>	13
1. Orientações para o Grupo ThyssenKrupp	13
1.1 Áreas de afiliação	13
1.2 Objetivos	13
1.3 Evitando múltiplas associações dentro do Grupo	13
1.4 Aspectos da legislação sobre concorrência	14
2. Aprovações	14

3. Coordenação	14
4. Conduta de representantes do Grupo no exercício de direitos de afiliação	15
<u>IV. Compra de ingressos</u>	15
1. Orientações para o Grupo ThyssenKrupp	
1.1 Área de aplicação	15
1.2 Objetivos	15
1.3 Adequação	15
2. Aprovações e exigências de relatórios	16
3. Compliance e aspectos fiscais	16
3.1 Compliance	16
3.2 Aspectos fiscais	17
<u>V. Transparência</u>	17
<u>VI. Registros de despesas</u>	17
<u>VII. Escopo</u>	18
<u>VIII. Vigência</u>	18
Anexos:	
Anexo 1	19
Anexo 2	20

Preâmbulo

O apoio às pessoas nas localidades em que o Grupo está presente, o desenvolvimento das comunidades onde operamos e o entusiasmo inspirador pela tecnologia estão na natureza da ThyssenKrupp. Alinhada às tradições de suas empresas antecessoras, a ThyssenKrupp se considera um membro ativo da sociedade. Como boas cidadãs empresariais, as empresas do Grupo trabalham ativamente para promover o bem público de diversas formas.

Através de suas atividades de Cidadania Corporativa, as empresas do Grupo ThyssenKrupp assumem a sua responsabilidade e se envolvem em questões sociais atuais através de um vasto leque de atividades. Elas trazem as suas opiniões para o debate sobre temas econômicos, técnicos e outros temas socialmente relevantes, por exemplo, em associações, iniciativas e organizações. Através de seus funcionários, as empresas também participam de eventos esportivos e culturais em suas comunidades.

A Cidadania Corporativa cria valor para o Grupo e para a sociedade. As empresas do Grupo fortalecem suas comunidades e ao mesmo tempo ajudam a moldar as condições estruturais que exercem uma influência importante no sucesso sustentável da empresa.

O trabalho voluntário realizado pelos funcionários é um elemento chave em uma comunidade que funciona socialmente e é uma atividade acolhida positivamente pelo Grupo.

É da responsabilidade da ThyssenKrupp AG como a holding do Grupo estabelecer critérios para atividades de Cidadania Corporativa, para aprovar e coordenar afiliações, e para a celebração de contratos que autorizem as empresas do Grupo a participar de eventos esportivos, culturais e similares. Esses critérios deverão refletir os valores e convicções do Grupo e permitir uma utilização adequada dos recursos, levando em conta os aspectos fiscais, econômicos e jurídicos.

O Comitê Executivo da ThyssenKrupp AG adotou, portanto, a seguinte política para o Grupo.

I. Definições e informações gerais

1. Atividades de Cidadania Corporativa

A ThyssenKrupp entende como Cidadania Corporativa as atividades em comunidades onde a empresa opera, que vão além das atividades comerciais normais, e têm um efeito positivo direto ou indireto tanto na ThyssenKrupp como em terceiros, em especial nas esferas culturais, acadêmicas, esportivas, em igrejas, ou em áreas sociopolíticas de importância semelhante.

Além de doações e patrocínios, isto abrange, por exemplo, as contribuições não financeiras, as parcerias com escolas e universidades, as missões de ensino para os funcionários, os projetos conjuntos com empresas e associações sociais ou ambientais, e o envolvimento em iniciativas externas e internas para fins não lucrativos. A Cidadania Corporativa abrange, portanto, contribuições sob a forma de apoio financeiro e material, bem como de apoio pessoal.

As atividades de Cidadania Corporativa nas empresas poderão ocorrer tanto por meio das próprias empresas ou através de funcionários atuando, ao menos parcialmente, em conexão com o seu trabalho.

1.1 Doações

O termo doação descreve contribuições para o apoio às causas de igrejas, acadêmicas, sociais, culturais, esportivas ou outras causas sociais particularmente dignas, sem fins lucrativos, que são feitas sem qualquer obrigação contratual e sem qualquer expectativa de benefício em troca.

A dedutibilidade fiscal deverá ser analisada individualmente de acordo com a legislação local aplicável.

1.2 Patrocínios

Patrocínio é o apoio a indivíduos, grupos e/ou organizações nas áreas culturais, acadêmicas, esportivas, ligadas a igrejas, ou áreas sociopolíticas de importância semelhante, de acordo com os objetivos de publicidade ou de relações públicas da própria empresa. A parte patrocinada recebe benefícios em dinheiro ou em contribuições não financeiras em troca dos seus serviços financeiramente mensuráveis de fornecimento de publicidade para o patrocinador, no âmbito de um acordo

contratual. O tipo e o escopo das obrigações (contrapartidas) entre o patrocinador e parte patrocinada deverão ser acordadas por escrito.

A dedutibilidade fiscal deverá ser analisada individualmente de acordo com a legislação local aplicável.

2. Afiliações

A afiliação, no contexto desta Política Corporativa, é pertencer a alianças, associações e outras sociedades e organizações. As afiliações podem ser de empresas e de pessoas atuando em conexão com o seu trabalho. As afiliações estão ligadas a obrigações específicas (por exemplo, a obrigação de pagar taxas de associação especificadas) e a direitos individuais (por exemplo, a participação em eventos).

A presente Política Corporativa não abrange a afiliação a organizações cuja finalidade principal é a de fornecer benefícios diretos da empresa (por exemplo, benefícios de seguro, benefícios de pensão da empresa) ou afiliações obrigatórias por lei (por exemplo, afiliações a câmaras de comércio e indústria, associações de saneamento).

2.1 Associações

Associações são afiliações pagas ou gratuitas nas quais as empresas se unem a uma organização ou aliança que representa os interesses dos seus membros com relação aos tomadores de decisão do governo, da indústria e do público em geral, e fornece suporte e assistência.

2.2 Afiliações contribuintes

As afiliações contribuintes são afiliações nas quais a principal preocupação para as empresas é fornecer apoio financeiro para os fins e efeitos da respectiva organização ou aliança por muitos anos, particularmente através do pagamento da mensalidade.

3. Compra de ingressos

As compras de ingressos, no contexto desta Política Corporativa, são as compras de ingressos, a contratação de camarotes VIP, de assentos empresariais etc. e outros contratos através dos quais as empresas do Grupo podem permitir que seus funcionários e terceiros compareçam a eventos esportivos, culturais ou similares.

II. Atividades de Cidadania Corporativa

1. Orientações para o Grupo ThyssenKrupp

1.1 Áreas de foco das atividades de Cidadania Corporativa

As atividades e contribuições ligadas à Cidadania Corporativa serão direcionadas para as seguintes áreas:

- Ciência e intercâmbio de conhecimentos,
- Pesquisa e desenvolvimento,
- Tecnologia,
- Arte e cultura,
- Educação,
- Esportes,
- Comunidades de fé,
- Serviço social,
- Meio ambiente.

Para as atividades de Cidadania Corporativa do Grupo, serão definidas as áreas de foco nas quais a maioria das atividades deverão ser executadas.

As áreas de foco deverão ser desenvolvidas pelo comitê diretivo da “Cidadania Corporativa” descrito em detalhes na Seção II, No. 2. Parte 4 desta Política Corporativa, e determinadas pelo Comitê Executivo do Grupo. As áreas de foco definidas pelo Comitê Executivo do Grupo deverão ser anexadas a esta Política (**Anexo 1**) e comunicadas para toda a empresa.

1.2 Objetivos

As atividades de Cidadania Corporativa são permitidas apenas se forem de interesse da empresa. O interesse da empresa também poderá incluir o apoio para o bem público. Desta forma, as atividades de Responsabilidade Social Corporativa também poderão ser do interesse da empresa, se tiverem como objetivo:

- Reforçar ou melhorar o conhecimento/imagem da empresa,
- Demonstrar a aceitação da responsabilidade social com o público em geral ou interessado, ou
- Melhorar as condições sociais com um efeito positivo, direto ou indireto, no desempenho da empresa.

A busca dos interesses exclusiva ou majoritariamente particulares dos membros do

comitê ou de funcionários utilizando recursos da empresa não é permitida e poderá constituir crime de abuso de confiança nos termos da legislação local aplicável.

1.3 Adequação

1.3.1 Objetividade das decisões governamentais

As atividades de Cidadania Corporativa não são permitidas onde representem um risco para a objetividade das decisões governamentais ou se tal risco pareça existir.

As contribuições para instituições do Estado só serão permitidas se:

- A atividade de Cidadania Corporativa tenha sido devidamente divulgada (princípio da transparência), por exemplo:
 - o Ligada a um evento patrocinado ou atividade equivalente da respectiva empresa do Grupo, divulgada com detalhes do nome da empresa, o logotipo ou outras marcas corporativas, bem como a natureza e o âmbito do seu patrocínio (princípio da representação); e
 - o A atividade de Cidadania Corporativa eleva o perfil público da empresa (melhoria de imagem),
- As obrigações de ambas as partes serão especificadas detalhadamente por escrito, por exemplo, como parte de um acordo de patrocínio ou de correspondência com a instituição estatal; e
- Exista um nexo identificável com o objeto da empresa.

Em cada caso, a contribuição, o interesse associado da empresa, as obrigações do beneficiário e a vantagem direta ou indireta para a empresa ThyssenKrupp ligada à contribuição deverão ser cuidadosamente documentados.

Também será feita uma referência à Política Corporativa referente ao combate à corrupção nos negócios.

1.3.2 Envolvimento na esfera política

(1) Não são permitidas contribuições financeiras (em especial doações e patrocínios) para partidos políticos na Alemanha e no Exterior, para organizações ligadas ou similares aos partidos políticos, para encarregados de escritórios individuais ou para candidatos a cargos políticos.

(2) No caso de outras contribuições concedidas ao grupo de indivíduos mencionado acima por empresas no âmbito das suas atividades comerciais, será feita uma referência às leis e políticas relevantes de Compliance da empresa.

1.3.3 Escala de contribuição

A escala das contribuições permitidas sob os itens 1.2, 1.3.1 e 1.3.2 deverá ser adequada ao tamanho e à situação financeira da respectiva empresa do Grupo. O perfil e a situação financeira da empresa são parâmetros importantes nesta avaliação. Além disso, as atividades permitidas também deverão estar dentro dos limites geralmente aceitos.

2. Coordenação e organização

(1) As atividades de Cidadania Corporativa deverão ser preferencialmente praticadas separada e independentemente pelas empresas do Grupo, de acordo com a Política Corporativa. Elas poderão escolher de uma grande variedade de formatos, incluindo possíveis doações, patrocínios, contribuições não-financeiras, associações, fornecimento de recursos humanos, parcerias com escolas e universidades, e ainda projetos próprios. As empresas do Grupo deverão receber, em especial, o apoio conceitual da ThyssenKrupp AG para as suas atividades.

(2) Dentro das empresas do Grupo, os departamentos envolvidos com as atividades de Cidadania Corporativa deverão se comunicar uns com os outros para permitir a coordenação das atividades.

(3) As áreas de negócios (Business Areas) deverão nomear pessoas de contato fixas para as suas atividades de Cidadania Corporativa. As responsabilidades das pessoas de contato deverão incluir:

- A coordenação das solicitações internas e externas, especialmente daquelas a respeito das atividades de Cidadania Corporativa e dos projetos dentro da sua área de negócios,
- A promoção de trocas regulares de informações sobre Cidadania Corporativa com e entre as empresas do Grupo.

(4) Será constituído em nível Corporativo um comitê diretor de “Cidadania Corporativa” composto por representantes dos departamentos Corporate Centers Corporate Affairs, Corporate Sustainability, Environmental & Politics, Corporate Communications, Corporate Human Resources, Corporate Legal & Compliance, Corporate Programs and Corporate Taxes & Customs na ThyssenKrupp AG, além dos contatos de Corporate Citizenship nomeados pelas áreas de negócios e ainda de um representante de cada um dos escritórios da divisão.

As tarefas desse comitê devem incluir:

- Avaliar regularmente as áreas de foco de Cidadania Corporativa da empresa
- A coordenação da comunicação interna desta Política Corporativa e das áreas de foco de Cidadania Corporativa em toda a empresa
- A coordenação das solicitações internas e externas, em especial aquelas sobre as atividades de Cidadania Corporativa da empresa como um todo, isto é, solicitações referentes a diferentes áreas de negócio
- Apoio às áreas de negócios e às empresas do Grupo em atividades e projetos de Cidadania Corporativa
- A realização de uma solicitação anual de dados e informações sobre atividades de Cidadania Corporativa no Grupo
- Coordenação e realização de intercâmbios regulares de informações entre as áreas de negócios
- Promoção de fóruns de intercâmbios regionais de informações sobre Cidadania Corporativa em nível corporativo.

3. Aprovações e exigências de relatórios

(1) As atividades de Cidadania Corporativa com um valor de EUR 10,000 ou superior por projeto individual estão sujeitas à aprovação prévia da ThyssenKrupp AG. Os detalhes são fornecidos no Catálogo de Competências (**Anexo 2**), que é parte integrante desta Política.

Além disso, as áreas de negócios e as unidades Corporativas deverão determinar seus próprios requisitos de aprovação em conexão com esta Política Corporativa. Os requisitos de aprovação deverão, em cada caso, ser adicionados ao catálogo de transações que exijam aprovação.

(2) No caso de várias empresas do Grupo desejarem realizar um projeto em conjunto, o valor aplicável será a soma das contribuições individuais planejadas.

(3) As áreas de negócios e as unidades Corporativas deverão relatar à ThyssenKrupp AG, por escrito, pelo menos uma vez por ano, todas as atividades de valor inferior a EUR 10,000.

4. Regras adicionais para doações e patrocínios

As regras a seguir apresentadas nesta seção referem-se exclusivamente aos patrocínios e doações. Elas completam as especificações acima desta Política Corporativa, mas, em caso de conflito, não prevalecerão.

4.1 Doações e patrocínios na ThyssenKrupp AG

Todas as doações e patrocínios na ThyssenKrupp AG deverão ser acordadas e tratadas com o Corporate Center Corporate Affairs. Em consulta com outros departamentos especializados, o departamento Corporate Center Corporate Affairs analisará a conformidade com os princípios aqui estabelecidos (aprovação, aspectos fiscais, critérios de concessão, transparência, relatórios).

4.2 Desastres naturais e outras emergências extraordinárias

No caso de desastres naturais e outras emergências extraordinárias, para evitar o múltiplo apoio para o mesmo projeto, as doações serão coordenadas em nível corporativo com o comitê de direção descrito em detalhes sob II., No. 2., Par. 4 desta Política Corporativa. As doações, neste contexto, estarão sujeitas a uma resolução do Comitê Executivo da ThyssenKrupp AG.

Quando houver previsão de um apelo conjunto para doações junto aos funcionários, uma

resolução de Comitê Executivo sobre a implementação desse apelo deverá ser aprovada o mais rapidamente possível.

III. Afiliações

1. Orientações para o Grupo ThyssenKrupp

1.1 Áreas de afiliação

São permitidas as afiliações às associações e alianças que sejam ativas nas seguintes áreas:

- Negócios e cooperação empresarial,
- Ciência e intercâmbio de conhecimento,
- Pesquisa e desenvolvimento,
- Promoção de tecnologia,
- Arte e cultura,
- Bem-estar social e outras áreas relevantes para a comunidade.

As empresas do Grupo não estão autorizadas a afiliarem-se a partidos políticos ou organizações ligadas ou similares aos partidos políticos.

1.2 Objetivos

A afiliação a alianças e associações que atuam nas áreas especificadas no item 1.1 acima só é permitida se for do interesse da empresa para:

- apoiar o intercâmbio de opiniões e a transferência de conhecimento; ou
- demonstrar o interesse pela responsabilidade social e pela comunidade.

A busca dos interesses exclusiva ou majoritariamente particulares dos membros do Comitê Executivo ou de funcionários utilizando recursos do Grupo não é permitida e poderá constituir crime de abuso de confiança nos termos da legislação local aplicável.

1.3 Evitando múltiplas afiliações no Grupo

Múltiplas afiliações, ou seja, afiliações de duas ou mais empresas do Grupo a uma mesma organização, devem ser evitadas. Várias afiliações são admissíveis apenas em casos excepcionais, quando cada empresa do Grupo reivindicar separadamente as afiliações às respectivas diretorias de suas áreas de negócios, ou no caso de reivindicação de múltiplas afiliações de várias áreas de negócios (“*cross-business-area*”) aos departamentos Corporate Center Corporate Affairs, Corporate Sustainability, Environment & Politics e esses interesses forem confirmados.

As afiliações corporativas, ou seja, aquelas que permitam às empresas afiliadas o acesso

às vantagens associativas, devem prevalecer sobre as múltiplas afiliações - envolvendo uma ou mais áreas de negócio - que ofereçam vantagens semelhantes. Em casos excepcionais, uma empresa do Grupo poderá selecionar uma afiliação individual em lugar de uma afiliação corporativa, no caso da empresa do Grupo fornecer evidências de sua necessidade especial de afiliação individual para os departamentos Corporate Centers Corporate Affairs and Corporate Sustainability, Environment & Politics. .

1.4 Aspectos da legislação sobre concorrência

As afiliações a associações de empresas, especialmente quando concorrentes são ou podem tornar-se membros, e o exercício de afiliados em reuniões de associações e outras reuniões dos membros deverão ser examinados criticamente, levando em consideração os aspectos da legislação sobre concorrência. Deve-se atentar para a última versão revisada das notas de orientação sobre Compliance relativas a “Atividades de associações comerciais e a conduta em reuniões com concorrentes por ocasião de reuniões da associação”.

2. Aprovações

(1) Se uma taxa anual de afiliação de uma empresa do Grupo for igual ou superior a EUR 50,000, uma única resolução do Comitê Executivo da ThyssenKrupp AG será necessária e suficiente. Os detalhes são fornecidos no Catálogo de Competências (**Anexo 2**), que é parte integrante desta Política.

(2) Adicionalmente, as áreas de negócios e as empresas corporativas deverão definir os seus próprios requisitos de aprovação em relação a esta Política Corporativa. Os requisitos de aprovação deverão ser adicionados em cada caso ao catálogo de transações que requeiram aprovação.

3. Coordenação

Nas áreas de negócios, as afiliações serão coordenadas pelas diretorias e serão revistas anualmente para avaliar eventuais reduções de custos. As afiliações de diversas áreas de negócios (“*cross-business-area*”) deverão ser coordenadas no âmbito do Grupo para evitar múltiplas afiliações e para otimizar o uso de afiliações corporativas.

A coordenação de afiliações no âmbito do Grupo deverá ser realizada pelos departamentos Corporate Centers Corporate Affairs and Corporate Sustainability, Environment & Politics e pelos escritórios de divisão, com o envolvimento das áreas de negócios. As afiliações da ThyssenKrupp AG serão coordenadas pelo departamento Corporate Center Corporate

Affairs.

4. Conduta de representantes do Grupo no exercício de direitos de afiliação

Os indivíduos que representem empresas do Grupo em associações, alianças e outras sociedades e organizações deverão exercer os seus direitos de afiliados exclusivamente no interesse da empresa. Se vários funcionários estiverem em atividade ao mesmo tempo em nome de empresas do Grupo em associações, alianças e outras sociedades e organizações, deverão agir de forma planejada para fortalecer a influência do Grupo. O conhecimento obtido através de afiliações deverá ser inserido de forma adequada na rede de conhecimento do Grupo.

IV. Compra de Ingressos

1. Orientações para o Grupo ThyssenKrupp

1.1 Área de aplicação

A compras de ingressos, a contratação de camarotes VIP, de assentos empresariais etc. e outros contratos através dos quais as empresas do Grupo podem permitir que seus funcionários e terceiros compareçam a eventos esportivos, culturais ou similares, estão sujeitos à aprovação e exigências de relatórios definidos nesta Política Corporativa.

No entanto, os eventos realizados por empresas do Grupo para fins de promoção de vendas só estarão sujeitos a estes requisitos na medida em que incluam o direito de participar de eventos esportivos, culturais ou afins acessíveis ao público (e não apenas internos da empresa).

1.2. Objetivos

As compras de ingressos são permitidas apenas para os interesses da empresa, em especial como instrumento de promoção de vendas para reforçar ou melhorar o conhecimento da empresa e de seus produtos.

A busca dos interesses exclusiva ou majoritariamente particulares dos membros do comitê ou de funcionários utilizando recursos da empresa não é permitida e poderá constituir crime de abuso de confiança nos termos da legislação local aplicável.

1.3 Adequação

O custo financeiro de uma compra de ingresso admissível no item 1.2 acima deverá ser adequado e dentro dos limites geralmente aceitos, com base no tamanho e na situação financeira da respectiva empresa do Grupo. O setor, o perfil e a situação financeira da empresa são parâmetros importantes nesta avaliação.

2. Aprovações e exigências de relatórios

(1) As empresas do Grupo que planejem compras de ingressos de iguais ou superiores a 500 euros deverão comunicar a ThyssenKrupp AG, no máximo uma semana antes de assinarem o contrato planejado.

As compras de ingressos iguais ou superiores a EUR 10,000 estão sujeitas à aprovação da ThyssenKrupp AG. Os detalhes são fornecidos no Catálogo de Competências (**Anexo 2**), que é parte integrante desta Política.

Além disso, as áreas de negócios e as empresas Corporativas deverão determinar seus próprios requisitos de aprovação em relação a esta Política Corporativa. Os requisitos de aprovação deverão, em cada caso, ser adicionados ao catálogo de transações que requeiram aprovação.

(2) O valor aplicável é o valor total da medida prevista, incluindo os custos dos ingressos (ingressos individuais, ingressos para a temporada anual etc.) e todos os custos adicionais (autorização de publicidade, patrocínio, custos de serviços de bufê e, se for o caso, alojamento para os participantes, estacionamento, transporte etc.).

3. Compliance e aspectos fiscais

3.1 Compliance

(1) As compras de ingressos e convites de e para parceiros de negócios estão sujeitas às leis aplicáveis e às Políticas relevantes de Compliance do Grupo.

As Políticas relevantes são as versões mais recentes da “Declaração da Política Corporativa Sobre a Conduta Pessoal em Relações com Parceiros de Negócios” e a “Declaração da Política Corporativa Sobre o Combate à Corrupção nos Negócios”, nas quais os convites de e para parceiros de negócios só poderão ser aceitos e estendidos se a ocasião e escala do convite forem apropriadas. As duas Declarações da Política são explicadas com mais detalhes e mais especificamente nas “Notas de Orientação sobre como Lidar com Convites, Brindes e Descontos”. Exceto em circunstâncias especiais, por exemplo, quando um contrato deverá ser adjudicado, ou quando limites mais específicos de valor se aplicarem a empresas ou clientes individuais ou a disposições estatutárias, a ThyssenKrupp não tem qualquer objeção a convites para parceiros de negócios (não funcionários públicos) até um valor de aproximadamente EUR 100 (por pessoa). Para os casos de convites para parceiros de negócios acima deste limite, convites a funcionários públicos para participar de eventos esportivos ou culturais e em outros casos especiais é recomendável uma avaliação prévia de Compliance.

(2) Com relação à utilização de ingressos, os seguintes detalhes deverão ser documentados:

- Nome e função do anfitrião e do participante da ThyssenKrupp no evento (em cada caso, a empresa e o indivíduo convidado)
- Os nomes e funções dos convidados (empresa com detalhes de tipo de relação de negócio e indivíduos)
- Outros benefícios (bufê, patrocínio etc.)
- Valor do convite em euros
- Convite - de preferência por escrito
- Avaliação de Compliance (se aplicável)

As empresas do Grupo deverão relatar a informação relevante disponível para a ThyssenKrupp AG em formato eletrônico, pelo menos uma vez por ano.

3.2 Aspectos fiscais

Na Alemanha, as empresas do Grupo que pretendam adquirir ingressos deverão assegurar tratamento fiscal e tributação corretos nos termos do § 37 b da Lei de Imposto de Renda (EStG) para garantir que não ocorram desvantagens fiscais, especialmente para os seus convidados.

Os efeitos fiscais de atividades das empresas estrangeiras do Grupo fora da Alemanha deverão ser avaliados caso a caso pela respectiva empresa, com base nas disposições legais locais.

V. Transparência

Pelo menos uma vez a cada ano fiscal, os departamentos Corporate Centers Corporate Affairs and Corporate Sustainability, Environment & Politics deverão elaborar, conjuntamente com as áreas de negócios, um relatório sobre a Cidadania Corporativa, afiliações e compras de ingressos, que deverão também servir de base para o catálogo de perguntas para a Assembleia Geral Ordinária e para o relatório de sustentabilidade. Os departamentos Corporate Centers Corporate Affairs and Corporate Sustainability e Environment & Politics apresentarão um relatório ao Comitê Executivo da ThyssenKrupp AG. O Conselho da ThyssenKrupp AG também deverá ser informado de forma adequada.

VI. Registros de despesas

As despesas efetuadas para doações, patrocínios e afiliações deverão ser comunicadas pelas empresas do Grupo em elementos de custo separados (semelhantes aos relatórios HFM).

VII. Escopo

Esta Política Corporativa é aplicável a todas as empresas do Grupo ThyssenKrupp, e as

empresas do Grupo registradas nos EUA ou no Canadá implementarão os requisitos de aprovação em conformidade com o princípio da separação corporativa.

VIII. Vigência

Esta Política Corporativa sobre Atividades de Cidadania Corporativa, Afiliações e Compras de Ingressos entra em vigor em 1º de setembro de 2011 e substitui o Quadro de Políticas de Patrocínios, Doações e Afiliações de 1º de novembro de 2008.

Anexos:

Anexo 1: Áreas de Foco de Cidadania Corporativa

Anexo 2: Catálogo de Competências

Em: 12 de novembro de 2012

Áreas-chave de atividades de Cidadania Corporativa

Em sua reunião de 23 de outubro de 2012, o Comitê Executivo da ThyssenKrupp AG decidiu, em conformidade com a seção II., Item 1.1, parágrafos 2 e 3 da Política Corporativa sobre Atividades de Cidadania, Afiliações e Compras de Ingressos, que a maioria das atividades de Cidadania Corporativa do Grupo deverão focar nas seguintes áreas-chave:

- Promoção de interesse na tecnologia entre os jovens
- Promoção das capacidades de inovação
- Envolvimento com a comunidade local (incluindo ajuda em desastres naturais)

No entanto, em casos individuais justificados, as atividades em outras áreas (por exemplo, na arte, cultura ou esporte), também serão possíveis.

Catálogo de Competências

a) Competências de tomada de decisões

	Cidadania Corporativa	Afiliações	Compra de ingressos
Requisitos de documentação interna, levando em conta aspectos tributários e de Compliance	Todas as atividades	Todas as atividades	Todas as atividades
Exigência de aprovação	<p>€10.000 ou mais, aprovação da ThyssenKrupp AG:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para atividades de €10.000 a €50.000: Aprovação do CFO da ThyssenKrupp AG e do CEO da área de negócios • Para atividades de €50.000 ou mais: Aprovação de todo o Comitê Executivo da ThyssenKrupp AG <p><i>Somente para empresas Corporativas: Para atividades de €10.000 a €50.000: Aprovação do CEO e do CFO da ThyssenKrupp AG</i></p>	<p>Para atividades com anuidade de €50.000 ou mais: Aprovação de todo o Comitê Executivo da ThyssenKrupp AG</p> <p>Para múltiplas afiliações: Os motivos deverão ser apresentados ao CC- CA/CC-SE e ser dado conhecimento por este (cf III. 1.3 da Política)</p> <p><i>Somente para empresas Corporativas: • Para atividades com anuidade de €5.000 ou mais: Aprovação do CEO e do CFO da ThyssenKrupp AG</i></p>	<p>€10.000 ou mais, aprovação da ThyssenKrupp AG:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para atividades de €10.000 a €50.000: Aprovação do CFO da ThyssenKrupp AG e do CEO da área de negócios • Para atividades de €50.000 ou mais: Aprovação de todo o Comitê Executivo da ThyssenKrupp AG <p><i>Somente para empresas Corporativas: Para atividades de €10.000 a €50.000: Aprovação do CEO e do CFO da ThyssenKrupp AG</i></p>
Informações adicionais	Relacionado ao pedido de informações do CC-CA/CC-SE em preparação para possíveis perguntas de acionistas na Assembleia Geral Ordinária (AGO)	Relacionado ao pedido de informações do CC-CA/CC-SE em preparação para possíveis perguntas de acionistas na Assembleia Geral Ordinária (AGO)	<ul style="list-style-type: none"> • Informações antecipadas para o CC-CA sobre atividades de €500 ou mais (cf. IV. 2.par. 1 da Política) • Relacionado ao pedido de informações do CC-CA/CC-SE em preparação para possíveis perguntas de acionistas na AGO

b) Documentos a serem apresentados

1. Cidadania Corporativa e Afiliações

Para atividades sujeitas a aprovação nas áreas de Cidadania Corporativa e Afiliações, as solicitações e anexos necessários para a sua aprovação deverão ser apresentados para consulta pela diretoria da área de negócios, por escrito ou em formato eletrônico para o departamento Corporate Center Corporate Affairs da ThyssenKrupp AG.

Os documentos apresentados deverão descrever especialmente os aspectos financeiros principais do projeto, fornecer razões do ponto de vista dos negócios, e incluir uma avaliação jurídica (incluindo de Compliance) e uma avaliação tributária.

2. Compra de ingressos

Tanto as informações sobre a compra de ingressos e as solicitações e anexos necessários para a sua aprovação deverão ser apresentados por escrito ou em formato eletrônico para o departamento de Assuntos Corporativos do Centro Corporativo da ThyssenKrupp AG.

Os documentos apresentados deverão descrever os aspectos financeiros principais do projeto (número de ingressos, serviços de bufê e outros serviços adicionais incluídos, patrocínio, custos, etc.), uma fundamentação do ponto de vista dos negócios, e incluir um plano de convites para o uso dos ingressos e uma declaração de conformidade relativa à compra e ao uso dos ingressos. Além disso, deverão ser anexados uma avaliação tributária e, quando um funcionário público deverá ser convidado, um relatório do Departamento Jurídico e de Compliance do Centro Corporativo (Diretor de Compliance) sobre a compatibilidade do projeto com os requisitos de conformidade.