



Empiricus Research Publicações S.A.
Av. Brig. Faria Lima, 3.477 - 10º Andar - Torre B
Itam Bibi, São Paulo - SP
CEP 04538-133

relacionamento@empiricus.com.br
www.empiricus.com.br

EMPIRICUS RESEARCH PUBLICAÇÕES S.A.

CÓDIGO DE ÉTICA

Março/2022

1. INTRODUÇÃO

1.1. Sumário

Este Código de Ética tem por objetivo estabelecer normas, princípios, conceitos e valores que orientam a conduta de todos aqueles que possuam cargo, função, posição, relação societária, empregatícia, de estágio, comercial, profissional, contratual ou de confiança (“Colaboradores”) com a **EMPIRICUS RESEARCH PUBLICAÇÕES S.A., MT PUBLICAÇÕES LTDA e SEU DINHEIRO PUBLICAÇÕES LTDA** (“Empresas”).

As Empresas atuam prezando pela total transparência e respeito às leis, normas e aos participantes do mercado financeiro e de capitais, sendo certo que este Código de Ética reúne as diretrizes que devem ser observadas pelos Colaboradores no desempenho da atividade profissional, visando o atendimento de padrões éticos cada vez mais elevados.

As Empresas e seus Colaboradores não admitem e repudiam qualquer manifestação de preconceitos relacionados à origem, raça, religião, classe social, orientação sexual, deficiência física ou qualquer outra forma de preconceito que possa existir.

O mercado e a sociedade como um todo clamam por relações sociais e profissionais que sejam cada vez mais éticas, morais e transparentes. E por acreditar que estes elementos são indispensáveis para o fortalecimento e a sustentabilidade de uma sociedade e de suas Empresas, além do fato de adotar a postura de que “o exemplo vem de dentro”, as Empresas instituem neste momento o seu Código de Ética, consolidando assim os nossos princípios morais e éticos.

É importante deixar claro que este Código de Ética abarca todos os colaboradores das empresas pertencentes à estrutura societária das Empresas, ou seja, todas as regras aqui definidas são aplicáveis aos colaboradores da Empiricus Research Publicações S.A., MT Publicações Ltda, Seu Dinheiro Publicações Ltda e Real Valor Desenvolvimento de Programas Ltda.

Estabelecidos os parâmetros gerais e norteadores da ética e do cumprimento no Manual de Compliance, documento considerado o guia do Programa de Compliance da organização, este Código tem o propósito de recomendar e ajustar as melhores atitudes e condutas para a consecução dos objetivos das Empresas, sempre visando a elevação do patamar ético nas relações, o alcance dos melhores resultados e o bem-estar de todas as pessoas envolvidas.

O Código de Ética prestará um grande auxílio no sentido de estabelecer quais condutas são esperadas

de nossos colaboradores e terceiros, bem como quais atitudes são consideradas reprováveis por incompatibilidade com o Programa e com a cultura de Compliance das Empresas.

Por estas razões, é essencial o compromisso de todos, seja membro das Empresas ou terceiro, uma vez que, como este Código de Ética representa a consolidação dos princípios e valores das Empresas em relação às posturas esperadas. Todos que atuarem em nome da holding e suas unidades de negócio ou com estas manterem relações comerciais, independentemente do cargo ou posição que ocupe, com ou sem vínculo empregatício, deverão aderir aos princípios e regras aqui apresentados.

1.2. Objetivos

Este Código de Ética tem o objetivo maior de dar cumprimento prático e cotidiano às diretrizes estabelecidas no Manual de Compliance das Empresas, orientando a nossa cultura de Compliance. Para tanto, todos deverão, com as suas condutas:

- a) Desempenhar suas funções e atividades de liderança e execução de modo a sustentar e apoiar a estrutura responsável pelo Compliance da organização;
- b) Estar sempre atentos, no dia a dia de suas atribuições, aos eventuais riscos de conformidade que possam se apresentar, exercendo também o monitoramento, no que for possível e pertinente;
- c) Promover a compreensão e a adesão do Programa de Compliance das Empresas, além de disseminar, sem reservas, a cultura de Compliance da organização;
- d) Participar ativamente e de maneira engajada nos treinamentos oferecidos, visando sempre o aperfeiçoamento individual e coletivo;
- e) Fazer uso consciente do Canal de Transparência das Empresas, nunca se omitindo de noticiar fato ou ato violador do Programa ou da cultura de Compliance da organização, bem como sempre utilizar os canais de reporte de boa-fé, jamais visando represálias ou o atendimento de qualquer outro interesse subjetivo ou escuso alheio aos melhores interesses da(s) empresa(s);
- f) Reportar à Área de Compliance toda e qualquer situação suspeita ou comprovadamente violadora do Programa ou da cultura de Compliance das Empresas, bem como valer-se da Área de Compliance para quaisquer outros esclarecimentos, dúvidas e demais questões, sem quaisquer exceções.

1.3. Sanções

O descumprimento, suspeita ou indício de descumprimento de quaisquer das normas, princípios, conceitos e valores estabelecidos neste Código de Ética ou das demais normas aplicáveis às atividades das Empresas deverão ser levados para apreciação da Área de Compliance de acordo com os procedimentos estabelecidos neste Código de Ética.

Ressalta-se que é dever de todo Colaborador informar à Área de Compliance sobre quaisquer violações ou possíveis violações dos princípios e normas aqui dispostos. Caso a violação ou suspeita de violação recaia sobre a própria Área de Compliance, o Colaborador deverá informar diretamente os demais sócios-administradores das Empresas.

Competirá à Área de Compliance aplicar as sanções decorrentes de tais desvios, nos termos deste Código de Ética, garantido ao Colaborador amplo direito de defesa.

2. REGRAS DE CONDUTA:

Os tópicos seguintes relativos às regras de condutas não se limitam apenas ao que está escrito logo abaixo.

De maneira alguma as Empresas têm o propósito de “engessar” as posturas de seus colaboradores e dos terceiros que se relacionam com a(s) empresa(s). Ainda que o objetivo fosse prever todas as condutas esperadas e repudiadas, considerado o dinamismo das relações sociais e do mercado, sobretudo daqueles em que as Empresas estão inseridas, isto não seria possível.

Por outro lado, por certo existirão diversas outras atitudes éticas e pautadas na conformidade não previstas neste Código de Ética, mas que ainda assim deverão ser adotadas e estimuladas.

Desta forma, as Empresas, com o presente Código, querem definir parâmetros de condutas e boas práticas de atitudes, pautadas nos princípios e valores presentes e incentivados na organização.

Se qualquer conduta ou solicitação, por qualquer motivo, não lhe parecer ética ou de acordo com a cultura de integridade e cumprimento das Empresas, ou por qualquer outro motivo não lhe parecer ser certa, a reação deve ser simples e imediata: não pratique o ato e comunique a ocorrência à Área de Compliance.

A Área de Compliance também estará sempre à disposição para receber denúncias, novas soluções

e críticas de todos os colaboradores, sejam elas relativas às condutas ou atitudes de qualquer pessoa, ou então concernentes a processos, procedimentos e rotinas de um setor específico ou da(s) empresa(s) em geral.

Novamente ressaltamos que o compromisso de todos, seja na prevenção ou no monitoramento de práticas ilegais e irregulares, é essencial para o sucesso deste Código de Ética e para que as Empresas atinjam o seu objetivo de continuar sendo organizações éticas, morais, em conformidade e transparentes.

2.1. Respeito às pessoas:

O ambiente que nós gostaríamos de ver em todos os lugares é justamente aquele que as Empresas implementam em seu cotidiano, com uma convivência essencialmente pautada nos valores da liberdade, da pluralidade de pessoas e de ideias e da não-discriminação.

Por esta razão, é absolutamente vedada qualquer discriminação no ambiente das Empresas ou em qualquer outro lugar, realizada em nome da organização, seja por questões de raça/etnia, nacionalidade, sexo, sexualidade, crenças, valores, ideologias, preferências políticas, opções religiosas, classes sociais, deficiências, demais características pessoais ou preconceitos de quaisquer outras formas e naturezas.

Qualquer forma de discriminação, realizada contra qualquer pessoa, sujeitará o infrator às penalidades pertinentes e adequadas.

O tratamento para com as pessoas deve ser sempre o mais respeitoso e atencioso possível, não havendo motivos ou razões para se agir de maneira diferente. Afinal, nós trabalhamos com pessoas e para pessoas.

O ativo mais importante de qualquer empresa são as pessoas, sejam as que integram o núcleo interno das Empresas ou aquelas com as quais nos relacionamos (clientes, terceiros, interessados ou quaisquer outras). Praticar o respeito às pessoas é estar em conformidade com as diretrizes mais básicas das Empresas, de igual maneira que violar este importante preceito é conduta incompatível com a cultura emanada e esperada na organização.

2.2. Desenvolvimento e oportunidade pessoal:

As Empresas, além de acreditarem e promoverem estes valores, são leais defensoras da democracia,

da livre-iniciativa e, sobretudo, da meritocracia.

Em todos os ambientes, mas especialmente nos mercados tão competitivos como aqueles nos quais as Empresas estão situadas, o sucesso de um indivíduo deve ser conquistado e pautado por critérios objetivos de esforço, dedicação, aptidão, competência, retidão ética e moral.

Não concordamos com privilégios e escolhas/indicações baseadas em critérios meramente subjetivos e com vinculações de interesses pessoais escusos. Acreditamos, também, que as conquistas devem ser edificadas pelo trabalho.

Além disso, o desenvolvimento do indivíduo é a força motriz de uma coletividade rica em todos os sentidos, seja em termos de sociedade ou de uma empresa.

É por isso que as Empresas têm como prioridade proporcionar e estimular o desenvolvimento pessoal de cada um de seus membros, conduta esta considerada o pilar de uma grande equipe capacitada e plenamente apta a gerar os maiores e os melhores resultados.

Serão conferidas, para aqueles que demonstrarem interesse, todas as oportunidades de desempenharem as melhores atribuições nas empresas e ocupar as posições de maior destaque. Para apoiar seu desenvolvimento, a(s) empresa(s) provê(m) ferramentas de acompanhamento e formação, como o ciclo de avaliação de desempenho, bolsas de estudos, apoio no desenvolvimento de formação específicas, entre outras.

As Empresas expressam a sua disposição para ofertar as oportunidades que levem os integrantes da organização a alcançarem seu pleno desenvolvimento, de maneira que este objetivo depende apenas e tão somente de cada um.

Nenhum diretor ou gestor de área, ou qualquer outra pessoa, deverá obstar as ideias e o caminho de quem deseja crescer (pelo contrário: deverá estimular e apoiar), bem como nenhum colaborador deve se sentir inibido ou encabulado de solicitar o auxílio que julgar necessário ou de expor seus projetos e desejos.

Oferecemos grandes oportunidades para grandes pessoas se desenvolverem e produzirem grandes resultados, os quais beneficiarão a todos.

2.3. Relações pessoais entre colaboradores:

As Empresas não têm qualquer postura proibitiva no que tange a relacionamentos pessoais afetivos entre colaboradores. Contudo, é importante que a área de Gente & Gestão das Empresas tome conhecimento do fato para dar tratamento interno, se for o caso.

Primeiro, pois, não é saudável para o ambiente de trabalho que um subordinado direto mantenha relação afetiva com seu superior imediato. Isso poderia macular a relação de trabalho e trazer prejuízo aos demais membros da equipe, bem como as Empresas como um todo.

Segundo, é de competência da área de Gente & Gestão remanejar os colaboradores para que não ocorra interferência subjetiva quando de uma promoção ou benefício em virtude de referido relacionamento afetivo.

Além disso, todo e qualquer relacionamento deve ser discreto. As manifestações afetivas não podem ocorrer dentro do ambiente de trabalho e as questões particulares não podem interferir na rotina de trabalho, sejam elas discussões ou demonstrações públicas de afeto.

Deste modo, qualquer relacionamento entre colaboradores, seja ele afetivo ou não, estável ou não, formal e oficializado ou não, de maneira alguma poderá obstar o normal desempenho das atribuições e funções realizadas e esperadas dos indivíduos envolvidos. Por exemplo: por este motivo, a concentração e o ímpeto dos colaboradores não devem ser afetadas, e a produtividade não deve cair.

Eventuais relacionamentos afetivos não devem, por qualquer pretexto, gerar interesses subjetivos outros que não aqueles comungados e divulgados pelas Empresas, de maneira a criarem privilégios pessoais ou, de outro lado, represálias individuais, condutas estas que podem ensejar responsabilização.

2.4. Relacionamentos externos:

As Empresas jamais entrarão no mérito da questão de proibir ou permitir condutas de seus colaboradores (e terceiros relacionados) quando afetar às suas vidas pessoais, inexistindo qualquer vínculo com as atividades ou interesses da organização.

O que se recomenda, em todos os sentidos, é a discrição e a sobriedade, pois, ainda que você, colaborador ou terceiro, manifeste alguma opinião ou pratique determinada conduta em sua vida privada, para o bem ou para o mal, como você está vinculado à organização, o resultado destas práticas poderia ser relacionado às Empresas.

E pensando em você, colaborador ou terceiro, individualmente considerado, em um mundo onde a privacidade é mitigada e quase tudo se torna (ou, no mínimo, pode se tornar) público e notório, ninguém deseja ser lembrado e lembrado, muitas vezes com altos graus de exposição, por algo ruim.

Acreditamos na lisura e na probidade de nossos colaboradores e terceiros. Contudo, até certa situação ser explicada (em havendo esta oportunidade), o dano reputacional, para a organização e, sobretudo, para a pessoa, poderá ser irreversível.

2.5. Boa apresentação pessoal:

As Empresas optaram por não estabelecer um rígido código de vestimentas, considerada a dinamicidade dos mercados onde está inserida e sua postura de liberdade e informalidade.

Contudo, isso não significa que não cuidamos desta questão. Por isso, é importante procurar se manter compatível com o ambiente de suas Empresas, sem maiores ou menores formalidades.

Independente do estilo, é muito importante que todos(as) estejam sempre com um bom semblante e uma boa apresentação. Em diversas oportunidades, você, colaborador ou terceiro, será a única imagem que as pessoas terão da organização.

Formalidades a mais podem intimidar ou passar um tom de arrogância. Formalidades a menos, por outro lado, podem não passar a seriedade e a segurança necessária.

De igual modo, um profissional de aparência desleixada, ou então com postura cansada, irritada ou mal-humorada, por exemplo, pode afetar a imagem da(s) empresa(s). Com certeza uma pessoa alegre, de bom semblante e bem-vestida causará um impacto muito melhor em sua apresentação.

O importante é o equilíbrio e a adequação com o ambiente e com o momento. Como a imagem da organização é muito importante para nós, considerando-se que cada membro das Empresas a representa, a sua imagem também é essencial.

2.6. Relacionamentos com os assinantes:

Os assinantes são as pessoas para as quais todo o nosso trabalho é dedicado. Todo o zelo em criar novas soluções, mais ágeis, adequadas e compatíveis com o atendimento das necessidades dos nossos assinantes, é um dos principais combustíveis que movem as Empresas.

Justamente por este motivo, considerada a suma importância que os assinantes têm no ideário da organização, o relacionamento com estes não poderia ser questão de menor importância.

O relacionamento com os assinantes, sejam eles potenciais ou com relação comercial já estabelecida, bem como aqueles que, porventura, estejam procurando se desvencilhar dos produtos/serviços/soluções da(s) empresa(s), devem ser sempre absolutamente respeitosos, atenciosos, transparentes e comprometidos com a verdade.

Ademais, nós consideramos que todos os membros das Empresas são “resolvedores(as)”, ou seja, não aceitam um “não” como resposta. Uma vez compreendida a atividade, será possível argumentar e dar outros jeitos para conseguir o que é necessário.

É importante ressaltar que os relacionamentos com os assinantes e a busca por soluções nunca deverá ir além dos limites éticos, morais e de cumprimento estabelecidos pelo Programa e pela cultura de Compliance das Empresas, bem como aqueles parâmetros de melhores práticas. Igualmente, o atendimento aos assinantes e, sobretudo, as decisões e as execuções, deverão respeitar, impreterivelmente, a hierarquia funcional da(s) empresa(s), as atribuições de funções e os procedimentos estabelecidos.

As disposições de caráter mais específico de relacionamentos com assinantes estarão na seção “Conheça Seu Assinante”, das Políticas de Relacionamentos com Terceiros das Empresas.

2.7. Relacionamentos com terceiros:

Todos os terceiros com os quais as Empresas se relacionam, sejam eles fornecedores, parceiros, patrocinadores, patrocinados ou quaisquer outros, são aqueles que nos auxiliam a produzir e entregar os resultados aos nossos assinantes. Por este motivo o relacionamento com terceiros é tão importante. De igual maneira, em muitas oportunidades, estes terceiros estarão representando as Empresas, tornando imprescindíveis diversas cautelas e procedimentos de prevenção, monitoramento e resposta.

Além de dispensar o máximo respeito, atenção e disponibilidade possíveis, todos os colaboradores das Empresas deverão observar as disposições específicas das Políticas de Relacionamentos de Terceiros das Empresas.

2.8. Relacionamento com outros agentes:

Outros agentes nos quais as Empresas estão inseridas podem ser parceiros ou concorrentes. De todo

modo, o relacionamento deve ser respeitoso e adequado aos interesses negociais envolvidos, jamais cruzando, seja por parte das Empresas como instituição ou por qualquer colaborador/terceiro, os limites da ética, da moral, da integridade, do cumprimento e da transparência, sempre observados os deveres de confidencialidade em relação às questões internas das Empresas e suas unidades de negócio.

As disposições específicas sobre este tema, as quais todos deverão observar, estarão nas Políticas de Relacionamentos de Terceiros das Empresas.

2.9. Relacionamento com agentes públicos:

No desempenho de suas funções profissionais, os colaboradores das Empresas, se for o caso, se comprometem a interagir com os membros da administração pública direta ou indireta de forma transparente, ética e que tenha por finalidade exclusiva a discussão de assuntos comerciais ou técnicos, ficando vedado quaisquer discussões que ultrapassem a percepção dos princípios morais e éticos expressos no presente Código.

Sempre que possível, reuniões com agentes públicos não deverão ser conduzidas individualmente, contando com a participação de ao menos dois colaboradores, devendo ser reportado à Área de Compliance previamente a pauta e os participantes de qualquer reunião ou encontro agendado com autoridades, agentes públicos, dirigentes de instituições de classe ou figuras assemelhadas.

2.10. Imprensa, comunicação social e eventos:

Ao receber qualquer demanda de entrevistas, participação em eventos, debates ou qualquer outra situação que envolva comunicação social oficial, é obrigatório que o colaborador encaminhe previamente a proposta à área de Conteúdo, bem como ao Departamento Jurídico, quando necessário, para validar sua participação.

É vedada a participação nestes sentidos em nome das Empresas sem prévia autorização. Este procedimento tem como objetivo garantir o alinhamento das informações, assegurando a uniformidade das opiniões e análises e sua coerência com a posição institucional das Empresas e suas unidades de negócio.

2.11. Consumo de álcool e demais substâncias:

Novamente as Empresas ressaltam que não praticam qualquer forma de ingerência nas vidas e

assuntos pessoais e privados de seus colaboradores, não havendo vinculação com a organização.

No ambiente do trabalho (mas também além deste), o bom senso deve ser o guia das condutas. Qualquer postura inadequada e vexatória por este motivo é prejudicial e, na organização, é vedada.

Contudo, as Empresas não recomendam, e não permitem, nos seus ambientes, o uso, a distribuição, a recomendação ou o incentivo para com substâncias ilícitas, estando os responsáveis sujeitos às responsabilizações, sejam elas internas/corporativas, criminais ou de qualquer outra natureza.

2.12. Atividade política e liberdade sindical:

As Empresas não têm qualquer vínculo político-partidário, seja com partidos políticos, legendas, campanhas, candidatos, políticos eleitos e exercentes ou qualquer outra filiação desta natureza.

Esta postura ajuda a preservar a liberdade e a imparcialidade da organização, fator muito importante para desempenhar as atividades profissionais das empresas, evitando vinculações desnecessárias e que podem gerar prejuízos reputacionais, perda de credibilidade e de mercado, sobretudo consideradas as mazelas do cenário político e a reação perante a sociedade.

Apesar deste posicionamento institucional, desde que a imagem da(s) empresa(s) não esteja associadas, as Empresas não vedam a participação de seus colaboradores em quaisquer atividades políticas ou sindicais, justamente por apoiar a liberdade, inclusive ideológica, de cada indivíduo.

É recomendada a não-vinculação política, mas não por proibição institucional, e sim em razão de que, pessoalmente, para o colaborador ou terceiro, esta conduta pode ensejar um envolvimento indesejado e mitigar, ao menos aparentemente, a sua independência pessoal e funcional.

Eventuais filiações ou doações deverão ser posteriormente comunicadas à Área de Compliance, apenas à título de conhecimento, por meio de formulário próprio (Formulário de Doação/Filiação Político-Partidária). Registra-se que não haverá qualquer avaliação subjetiva por parte da Área de Compliance, bem como são vedados privilégios e represálias. As informações serão colhidas de maneira neutra e armazenadas apenas para fins objetivos de ciência.

São vedadas, no entanto, manifestações políticas no ambiente de trabalho, bem como vinculação da imagem das Empresas com opiniões político-partidárias individuais.

2.13. Investimentos pessoais:

Considerando o sensível mercado no qual as diversas atividades corporativas das Empresas estão situadas, há uma política restritiva em relação a investimentos pessoais, sendo vedados aos colaboradores das Empresas qualquer ordem de compra direta de ações, ADRs, fundos imobiliários ou derivativos de emissores nacionais.

Aqueles que desejam executar ordens de venda de posições prévias poderão fazê-lo, mas a abertura de novas posições é vetada. Preserva-se a integral liberdade de negociação de compra e venda de títulos de renda fixa, ações e BDRs de emissores estrangeiros, opções de emissores estrangeiros, moedas estrangeiras e fundos de investimento, incluindo os fundos de índice negociados em Bolsa (ETFs).

As disposições específicas sobre este tema, as quais todos os colaboradores deverão observar, contendo o detalhamento dos investimentos permitidos ou restritos, integram a Política de Investimentos Pessoais das Empresas.

2.14. Integridade das negociações e cumprimento das leis:

A integridade, além de ser um dos valores que guiam todos os integrantes das Empresas nas suas atividades, é o padrão a ser seguido e incentivado em todas as nossas relações negociais.

É obrigação de todos, sejam colaboradores ou terceiros, de qualquer área, atribuição ou nível hierárquico, cumprir as suas funções com o maior nível de ética e integridade, não aproveitando de oportunidades indevidas e abstendo-se de causar qualquer prejuízo intencional de má-fé.

Além disso, sobre qualquer operação incidem várias normas, sejam elas de caráter legal ou não (podendo ser regras administrativas, de órgãos reguladores, políticas internas ou recomendações de melhores práticas de mercado).

Todos devem estar atentos para cumprirem com a integralidade das normas incidentes às suas atividades, sendo elas de caráter preventivo ou não.

A Área de Compliance estará sempre à disposição para a solicitação de esclarecimentos e a retirada de dúvidas, bem como prestar o apoio necessário nas execuções de tarefas e nas tomadas de decisões.

2.15. Suborno e leis anticorrupção:

As Empresas repudiam qualquer forma de corrupção, seja ela pública ou privada.

Por esta razão, nos documentos do Programa de Compliance das Empresas, sobretudo, mas não unicamente, no Manual de Compliance, estão postos os conceitos e está ratificada a intolerância da instituição com práticas lesivas à Administração Pública e à(s) própria(s) empresa(s), como o suborno, a corrupção ativa e passiva e demais favorecimentos ilegais e trocas de favores, incluindo entre entes privados, constantes das legislações pertinentes, bem como pagamentos de facilitação de qualquer espécie, estes entendidos como a promessa ou entrega de qualquer valor ou bem, ainda que de pequena quantia, visando conferir celeridade a determinado processo.

Qualquer tentativa de prática de qualquer uma das condutas proibidas por leis ou outras normas deverá ser imediatamente reportada à Área de Compliance, seja diretamente ou por meio do Canal de Transparência das Empresas. Quaisquer outras pessoas poderão comunicar ocorrências desta natureza, ainda que não tenham sido diretamente procuradas. As suspeitas também deverão ser informadas.

A solicitação ou o recebimento de qualquer favorecimento, seja de agentes privados ou agentes públicos, é considerada prática vedada e conduta violadora do Programa e da cultura de Compliance da organização, estando os envolvidos sujeitos à apuração pertinente e às sanções adequadas, sem prejuízo da responsabilização nas demais esferas (cível, administrativa, criminal e outras).

2.16. Brindes, convites, presentes e hospitalidades:

No desempenho das atividades funcionais, é regular no mercado que os profissionais acabem por receber, de outras empresas ou pessoas, brindes, convites variados, presentes ou hospitalidades.

Este recebimento, por si só, não indica qualquer tipo de favorecimento irregular, desde que se dê de maneira transparente e em conformidade com as políticas da organização, com os padrões de mercado e com as leis aplicáveis.

Nenhuma contrapartida, ainda que legal, poderá ser exigida ou deverá ser executada.

De todo modo, sob pena de responsabilização em hipótese de conduta em sentido contrário, a Área de Compliance deverá ser comunicada sempre que o recebimento de brindes/convites/presentes/hospitalidades exceder os parâmetros de valores ou as circunstâncias definidas no Manual de Compliance das Empresas.

É terminantemente proibido dar ou oferecer qualquer valor, presente ou benefício a Agente Público sem autorização prévia da Área de Compliance.

2.17. Doações e patrocínios:

Igualmente, o recebimento de doações ou patrocínios, sejam eles já consumados ou propostos e relacionados com a atividade da organização, deverão respeitar os parâmetros estabelecidos no Manual de Compliance das Empresas, além de ser indispensável a comunicação à Área de Compliance.

O oferecimento ou a proposta de oferecimento de doações e patrocínios por membro das empresas é permitido, igualmente respeitado o Manual de Compliance das Empresas, desde que chancelado pelo gestor da área do colaborador em questão, hipótese na qual aquele comunicará a Área de Compliance.

O recebimento ou o oferecimento de doações e patrocínios deverá ser compatível com o interesse negocial inerente à prática comercial da(s) empresa(s) e desvinculado de qualquer interesse pessoal e subjetivo discordante para com as operações ou com a ética e o cumprimento da instituição.

2.18. Conflitos de interesses:

Para que as Empresas possam manter a sua credibilidade e a excelência de seus resultados, todas as decisões devem ser conduzidas nos exclusivos interesses das Empresas e de suas empresas, sem serem guiadas por interesses pessoais ou conflitantes com o interesse corporativo.

Nenhum colaborador deverá se envolver em qualquer atividade que comprometa sua integridade profissional ou sua reputação. Nossos colaboradores não poderão se valer de sua posição ou de bens e informações que tenham sido obtidas em razão do seu relacionamento com as Empresas para competir com as Empresas ou utilizá-las para fins pessoais.

O conceito de conflito de interesse, bem como exemplos de suas ocorrências e os procedimentos a serem adotados, pelas Empresas, para a sua prevenção, estão pormenorizados no Manual de Compliance das Empresas.

Portanto, é obrigação de todos prevenir os conflitos de interesses. No entanto, caso exista ou venha a existir algum potencial de conflito de interesses, o gestor da área e/ou, principalmente, a Área de Compliance deverá ser informada.

2.19. Relacionamento com o ambiente digital:

O mundo atual não conhece mais diferenças entre o público e o privado, bem como os ambientes físicos e digitais/virtuais estão intimamente vinculados e já não podem mais ser desassociados. Em muitas oportunidades, já não é mais possível distinguir entre um e outro: formam um espaço único.

Por esta razão, aquela mesma discrição, sobriedade e respeito recomendados para os relacionamentos pessoais externos deve se fazer presente no ambiente digital, seja ele pessoal ou corporativo.

No que tange ao relacionamento pessoal com o ambiente digital, devem ser evitadas postagens, comentários ou quaisquer outras manifestações desrespeitosas, inverídicas, escandalosas ou com qualquer outra característica que possa vir a ser pejorativa e degenerativa para com a sua imagem. Em tempos de intolerância e fake news, por exemplo, sobretudo nas redes sociais, a recomendação de uma postura respeitosa e consciente integra o bojo da responsabilidade social que as Empresas incorporam na luta pela promoção e defesa de uma sociedade cada vez melhor.

No âmbito do relacionamento corporativo/institucional com o ambiente digital, toda e qualquer manifestação em nome da(s) empresa(s), direta ou indiretamente, independentemente de sua forma, conteúdo ou plataforma de divulgação, deverá estar em consonância com a Política e a cultura de Compliance das Empresas, bem como com as demais políticas internas, documentos, princípios, valores e objetivos da(s) empresa(s), observados os procedimentos para a sua externalização.

2.20. Reembolsos:

Em algumas oportunidades, os colaboradores/terceiros das Empresas, em nome desta ou de qualquer empresa controlada, poderão se encontrar na necessidade de adiantarem despesas de trabalho com recursos próprios.

Nestas hipóteses, o reembolso será devido pelas Empresas à qual o colaborador está subordinado, ou em nome da qual encontrava-se desempenhando a atividade em questão. Os valores serão reavidos mediante apresentação de recibo e/ou nota fiscal idônea inserida no sistema, conforme procedimento específico.

Qualquer tentativa de adulteração dos valores de reembolso, conduta absolutamente incompatível com a Política e a cultura de Compliance das Empresas, será investigada e, uma vez comprovada, punida,

sem prejuízo da responsabilização pessoal (cível/administrativa/trabalhista/criminal) do colaborador ou terceiro.

2.21. Relacionamento com o meio ambiente:

As Empresas têm ciência e assumem a sua responsabilidade socioambiental, direcionando, desta forma, todos os seus esforços para colaborar com o desenvolvimento ambientalmente responsável e sustentável do mercado, principalmente no tocante ao uso consciente de recursos naturais e/ou materiais.

Em assim sendo, qualquer conduta de colaborador ou terceiro que implicar, direta ou indiretamente, intencionalmente ou não, em dano ao meio ambiente, sujeitará(ão) o(s) responsável(is) às penalidades cabíveis e adequadas, sem prejuízo de demais responsabilidades.

2.22. Responsabilidade social:

Considerada as posições de proeminência de suas empresas em todos os mercados que estas atuam, bem como a sensibilidade e o a importância destes para a população em geral, as Empresas não apenas não se desvencilha, mas assume a sua responsabilidade social.

Muitas pessoas consomem e são atingidas pelas informações que veiculamos, as notícias que produzimos.

É por isso que, no desempenho de nossas atividades corporativas típicas, sejam elas de caráter estratégico ou operacional, todas as nossas atitudes e condutas são pautadas por princípios e valores como a liderança exemplar; a dedicação e o comprometimento com as expectativas e necessidades de nossos assinantes e parceiros comerciais; a segurança dos produtos, serviços e soluções; o compromisso com o meio-ambiente; a saúde e a segurança de nossos colaboradores e terceiros; a primazia da prevenção, em todos os sentidos; a proibição de práticas ilícitas e irregulares; dentre outras boas práticas, expressas em nossos documentos e incorporadas nos membros da organização.

Nesta mesma linha, as Empresas não se relacionam com quaisquer terceiros que venham a infringir estes ditames éticos.

Também não nos olvidamos de nossa responsabilidade social além de nossas atividades rotineiras. Cada membro da organização, seja permanente ou eventual, colaborador ou terceiro, independentemente do nível hierárquico que ocupe na(s) unidade(s) de negócio(s), deve ser um

exemplo de comprometimento, integridade e responsabilidade, dentro e fora do ambiente empresarial. O objetivo é que cada pessoa que integre a organização possa ser a imagem das Empresas, consolidando a excelente reputação das Empresas e de todas as suas empresas controladas no mercado e na sociedade.

Começa por cada um de nós o trabalho de construção de uma sociedade cada vez melhor, onde todos e todas possam aproveitar dos benefícios da democracia, da liberdade, da pluralidade, da livre iniciativa, da meritocracia e da ética, valores estes defendidos e promovidos pelas Empresas.

3. USO DE ATIVOS DAS EMPRESAS:

O uso de ativos das Empresas é exclusivo para desempenho dos cargos e atividades que lhe dizem respeito, sendo vedada a utilização para qualquer fim diverso deste.

Consideram-se ativos todos os bens corpóreos, informações, documentos confidenciais, propriedade intelectual, reputação, e demais bens mensuráveis e atribuíveis às Empresas.

Assim, é responsabilidade de todos os colaboradores integrantes dos quadros que compõem as Empresas zelar pelos ativos, bem como pelo uso eficaz de todos os materiais.

As Empresas se comprometem em zelar pelo bom andamento e otimização das atividades e processos já existentes, disponibilizando tantos ativos quanto forem necessários. Em contrapartida, os colaboradores têm o dever de zelar pelos ativos que lhe forem confiados para desempenhar seus cargos.

O uso de ativos fora do ambiente de trabalho depende de prévia e expressa autorização dos gestores de cada área, mediante apresentação de justificativa, sob pena de se considerar falta grave.

A utilização dos ativos das Empresas deve ser pautada pela consciência, utilidade e eficiência, sempre em prol de proteger a integridade destes e promover a efetividade das atividades e processos.

Espera-se, ainda, que os colaboradores ajam de forma ativa na prevenção da perda, roubo, mau uso, uso não autorizado, danos ou destruição dos ativos.

Por fim, o uso de ativos deve estar sempre em conformidade com este Código e demais documentos que integrem o Manual de Compliance das Empresas.

4. DEVER DE SIGILO:

As informações e os dados, além de serem patrimônios da organização, são valiosos ativos para a organização das operações e a manutenção do bom status de mercado das empresas.

No exercício das atividades e processos das Empresas é comum se deparar com informações específicas, sensíveis e que, possivelmente, seriam inacessíveis se não por intermédio das empresas. Posto isso, todos os dados com os quais qualquer colaborador ou terceiro não teria contato se não trabalhasse na(s) empresa(s) devem ser considerados como confidenciais e terem um tratamento seguro, observadas, de maneira absolutamente precisa e rigorosa, as diretrizes do Manual de Compliance das Empresas.

O vazamento de informações ou de dados, bem como as suas utilizações impróprias, além de possuírem um potencial prejudicial imensurável (e, por vezes, irrecuperável), são consideradas condutas incompatíveis com o Programa e à cultura de Compliance da organização e atentatórias aos objetivos, valores e interesses das Empresas.

Portanto, o uso e divulgação de qualquer informação requer cautela do colaborador que a detém, de forma que se apresenta como essencial a devida diligência de conferir a finalidade e utilidade da informação antes de qualquer vinculação e divulgação.

As informações qualificadas como confidenciais devem ser, a qualquer tempo e por qualquer pessoa, preservadas. É vedado, em qualquer hipótese, o compartilhamento de informações sigilosas em redes sociais ou qualquer outro meio de propagação de informação. Além disso, não é permitida a discussão de informações sensíveis com terceiros, sejam eles integrantes dos quadros das Empresas, ou pessoas externas, inclusive terceiros com grau de parentesco ou de amizade íntima.

É importante destacar que especial atenção deve ser dedicada quando de posse de informações confidenciais, de forma que sejam evitadas situações de exposição de materiais. Por exemplo, o colaborador que estiver na posse de uma pasta com arquivos contendo dados sensíveis não deve deixar tal material em cima de sua mesa ao alcance de terceiros.

Por fim, frisa-se que o dever de sigilo deve ser respeitado inclusive após o desligamento dos quadros das Empresas.

5. USO DE INFORMAÇÕES PRIVILEGIADAS, MANIPULAÇÃO DE MERCADO E CONFLITOS DE INTERESSES:

A rotina das Empresas pode, não raras as vezes, ser permeada por informações privilegiadas. Informações privilegiadas são aquelas obtidas no exercício das atividades desenvolvidas pelas Empresas, impossível de serem obtidas por outros meios.

Especificamente as empresas que, de alguma forma, possuem algum acesso ao mercado financeiro, podem se deparar com informações privilegiadas que digam respeito, de forma direta ou indireta, a valores mobiliários ou instrumentos financeiros e seus emitentes, que ainda não tenham sido disponibilizadas ao público e podem oferecer influência ao normal andamento do mercado.

Desta forma, os colaboradores têm o dever de zelar pelas informações das quais têm acesso, sobretudo no que diz respeito ao sigilo (vide tópico anterior), uso adequado e prudente.

Nas empresas que lidam diretamente com matérias ligadas ao mercado de valores mobiliários, as informações obtidas que possam influenciar o mercado financeiro merecem especial atenção, especialmente para que não possa configurar (ou mesmo aparentar) manipulação de mercado.

A manipulação de mercado ocorre quando se cria uma falsa impressão em relação a determinado valor mobiliário, a distorção de preços ou difusão de informações falsas, principalmente por manipulação de informações privilegiadas.

As Empresas reprimem, qualquer que seja a forma, a manipulação de mercado por seus colaboradores, sobretudo através do uso de informações privilegiadas obtidas em virtude do cargo assumido nas empresas, configurando insider trading.

Além disso, as informações privilegiadas não podem ser utilizadas para benefício próprio, sob pena de se considerar conflito de interesse.

Sob a ótica das informações privilegiadas que dizem respeito ao mercado financeiro, considera-se uma situação de conflito de interesse aquela em que o colaborador realize operações dentro do mercado de valores mobiliários, utilize instrumentos financeiros ou mesmo aconselhe terceiros a fazê-lo, mediante a utilização de tais informações ainda não tornadas públicas.

O manuseio de informações privilegiadas deve ser acompanhado e monitorado pela Área de Compliance. Qualquer situação atípica envolvendo tais informações devem ser imediatamente

comunicadas ao mencionado setor para que as medidas cabíveis sejam tomadas.

As informações privilegiadas obtidas de forma acidental, por negligência, indiscrição ou comentários casuais também devem ser imediatamente comunicadas à Área de Compliance. Os colaboradores que tiverem acesso a estas informações devem manter sigilo e não poderão fazer uso do conteúdo, a não ser por expressa autorização da Área de Compliance.

6. RESPEITO AOS DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL DE TERCEIROS:

A missão das Empresas é de levar ao seu público os melhores produtos e ideias nas áreas de atuação das empresas que a compõe. Por isso, sabemos ser indispensável oferecer um ambiente propício para a inovação, além propiciar todo o amparo legal para a proteção das nossas criações.

Assim como zelamos pela integridade das criações de nossos colaboradores, acreditamos ser um comportamento basilar de boas práticas nos mercados em que nos inserimos a cautela quando se trata das criações de terceiros.

Neste cenário, as Empresas estabelecem o respeito à propriedade intelectual de terceiros.

Considera-se propriedade intelectual todo conjunto de bens consistentes em produtos da criatividade e/ou trabalho, seja ele industrial, criativo, científico, literário ou artístico.

Assim, justamente por prezar conteúdos e produtos inovadores, autênticos e legítimos, as Empresas não toleram que produtos da criatividade de terceiros (sejam eles legitimamente e legalmente protegidos ou não) que não integrantes dos quadros das nossas empresas sejam utilizados.

As Empresas zelam pela proteção e recompensa dos produtos intelectuais de seus colaboradores bem como pelo mesmo amparo de terceiros.

7. DEVER DE INFORMAR:

Este Código delimita as condutas esperadas de todos nossos colaboradores e terceiros, sendo a consolidação dos valores e princípios das Empresas, de forma que, é dever de todos que integrem os quadros das empresas que compõe este grupo, cumprir e fazer cumprir as disposições aqui estabelecidas.

A fim de garantir as melhores atitudes e condutas para consecução dos objetivos das empresas deste grupo, é imprescindível que, qualquer ato que se desvirtue do que é aqui estabelecido, seja informado imediatamente e integralmente à Área de Compliance.

Buscamos sempre manter um estreito canal entre todas as áreas das Empresas. Ainda que haja situações de desconforto em fazer comunicações diretamente à Área de Compliance, é possível informar desvios de condutas através do Canal de Transparência já instituído, situação em que, caso seja esta a opção do comunicante, sua identidade será protegida.

Reafirmamos que a Área de Compliance estará sempre pronta para receber todos os comunicados que atentem às normas dispostas neste Código de Ética. Neste cenário, é imprescindível a colaboração de todos os integrantes das Empresas de forma ativa monitorando e implementando estas disposições.

8. ENCERRAMENTO:

Para que os objetivos das Empresas sejam atingidos de forma ética, é essencial o compromisso de todos em adotar sempre as melhores atitudes e condutas, visando, a qualquer tempo, o alcance dos melhores resultados e bem-estar das pessoas envolvidas.

Desta forma, todos os colaboradores são protagonistas na construção de um grupo ético, transparente e íntegro. Seguir os preceitos determinados neste Código de Ética faz parte dos pilares essenciais para garantir o sucesso do Programa de Compliance das Empresas.

Além disso, o Manual de Compliance (da qual este Código faz parte) é matéria viva, que deve estar em constante movimento e aprimoramento. Por isso repisamos a importância da atuação ativa de todos nossos colaboradores em implementar, cumprir e fazer cumprir as disposições contidas neste Código. Uma atuação pautada nas melhores práticas de conformidade é um compromisso de todos, pois todos aproveitarão os benefícios de Empresas e de uma sociedade mais ética, transparente e comprometida com o combate aos desvios e atos ilícitos.

9. VIGÊNCIA E ATUALIZAÇÃO

Este Manual será revisado **anualmente**, e sua alteração acontecerá caso seja constatada necessidade de atualização do seu conteúdo. Poderá, ainda, ser alterado a qualquer tempo em razão de circunstâncias que demandem tal providência.

Histórico das atualizações deste Manual		
Data	Versão	Responsáveis
Maio/2021	1ª	Diretor de Compliance
Março/2022	2ª e Atual	Diretor de Compliance