



CÓDIGO DE ÉTICA & CONDUTA

INFORMAÇÃO PÚBLICA

LISTA DE ASSINATURAS

Revisão:

Assinado
 V. O. Silva
 D4Sign

Valter Oliveira Silva
 Compliance

Aprovação:

Assinado
 Felipe Cortes de Vasconcellos
 D4Sign

Felipe Cortes de Vasconcellos
 CEO

Sumário

1. INTRODUÇÃO	4
2. APRESENTAÇÃO	5
2.1. OBJETIVO	5
2.2. ABRANGÊNCIA	6
2.3. DEFINIÇÕES	6
3. NOSSO JEITO DE SER.....	7
4. PRINCÍPIOS, CONDUTAS E COMPROMISSOS	9
5. CONDUTA COM OS PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO	11
5.1. A EMPRESA E SEUS PROFISSIONAIS	12
5.2. A EMPRESA E SEUS CLIENTES.....	14
5.3. A EMPRESA E SEUS INVESTIDORES E ACIONISTAS	14
5.4. A EMPRESA E SEUS FORNECEDORES E PARCEIROS	15

5.5. A EMPRESA E SEUS CONCORRENTES	16
5.6. RELAÇÃO COM ÓRGÃOS PÚBLICOS E PRIVADOS	17
5.7. RELAÇÃO COM SINDICATOS E ENTIDADES DE CLASSE	18
5.8. RELAÇÃO COM A IMPRENSA	18
5.9. A EMPRESA E A SOCIEDADE	18
5.10. A EMPRESA E O MEIO AMBIENTE	19
6. FAZER O QUE É CERTO NAS SITUAÇÕES DO DIA A DIA	19
6.1. CONFORMIDADE COM AS LEIS, REGULAMENTAÇÕES, NORMAS INTERNAS E CERTIFICAÇÃO ...	19
6.2. CONFLITO DE INTERESSES	21
6.2.1. Presentes, Brindes, Vantagens	21
6.2.2. Doações	22
6.2.3. Relações de Parentesco e Proximidade	23
l) <i>Indicações e contratações de profissionais que sejam parentes, familiares ou amigos próximos podem resultar em potenciais conflitos de interesses. A contratação de pessoas que possuam relações de parentesco e proximidade com os profissionais da empresa somente será realizada quando 'atender a todas as etapas do processo de Seleção, assegurando a imparcialidade, a transparência e a adequação do perfil à posição. Não é permitida a relação de subordinação direta entre parentes ou familiares e nem que os mesmos trabalhem em uma mesma área.</i>	23
6.2.4. Patrocínios	24
6.3. CORRUPÇÃO, EXTORSÃO, FRAUDE	24
6.4. USO DE ÁLCOOL, DROGAS ILÍCITAS	25
6.5. COMERCIALIZAÇÃO DE MERCADORIAS	25
6.6. SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO E PRIVACIDADE DE DADOS	26
6.6.1. Privacidade dos dados	26
6.6.2. Riscos e Ameaças	27
6.7. ATIVOS E RECURSOS TECNOLÓGICOS	28
6.8. GERENCIAMENTO DE RISCOS	30
6.9. PROPRIEDADE INTELECTUAL	30
6.10. REGISTROS INTERNOS	30
7. GESTÃO DO CÓDIGO	31
7.1. CUMPRIMENTO DO CÓDIGO	31
7.2. REVISÃO E ATUALIZAÇÃO DO CÓDIGO	31
7.3. RESPONSABILIDADES DOS GESTORES	32
7.4. RESPONSABILIDADES DE TODOS OS PROFISSIONAIS	32
7.5. RESPONSABILIDADES DE COMPLIANCE	32
7.6. RESPONSABILIDADES DO COMITÊ DE ÉTICA	32
7.7. CANAIS DE ORIENTAÇÕES E NOTIFICAÇÕES	33
7.8. VIOLAÇÃO DO CÓDIGO	34
7.9. TERMO DE COMPROMISSO	34
8. HISTÓRICO DE REVISÕES	35

1. INTRODUÇÃO



Numa corrida de resistência de longa duração, um competidor que vinha sempre atrás, finalmente ultrapassa o adversário. Já na reta final, percebendo sua iminente vitória, decidiu desacelerar e permitir que o adversário retomasse o primeiro lugar. Por princípio ético, o competidor resolveu devolver a vitória aquele que sempre esteve em primeiro lugar, e ao colocar em prática o que achava certo, revelou sua moral. Ética corresponde aos princípios (a teoria

sobre o que fazer) enquanto moral é a prática desses princípios (a decisão ou escolha sobre como fazer).

O entendimento de ética e moral nunca foi tão urgente, em virtude aos excessos de corrupção, injustiças sociais e degradação ambiental, que tornam crescentes as cobranças da sociedade quanto a integridade das empresas e demais instituições.

Em um mercado globalizado e altamente competitivo, “imagem”, “respeitabilidade”, “confiança” são obrigatoriedade. Por essa razão, ter clareza dos princípios e diretrizes de um comportamento ético é tão importante, pois nos permite protagonizar para a manutenção da reputação, tanto a nossa, enquanto profissionais, quanto a da empresa em que atuamos, consolidada em sua marca.

No sentido de unificar este modo de agir, surgem as regras de ética e conduta, as quais são apresentadas neste Código, que reflete os padrões de comportamento adotados na empresa baseados em sua Missão, Visão, Valores e Atitudes. Portanto, o Código é a declaração formal das expectativas da empresa quanto a conduta de seus profissionais, visando orientá-los e também, explicitar a postura almejada diante dos diferentes públicos com os quais interage.

Na prática isso significa, que nas situações do dia a dia no relacionamento com líderes, clientes, fornecedores e outros profissionais, a missão primordial de um Código de Ética e Conduta é, orientar as decisões (o que devo fazer) e o processo para a tomada de decisão (como devo fazer).

Uma postura de trabalho adequada e resultados concretos são essenciais para o alcance da excelência profissional. Isto nos permite um ambiente cada vez melhor, com a possibilidade de oferecer mais qualidade e credibilidade em nossas entregas.

Com isso ganhamos confiança e respeito de superiores, colegas de trabalho, clientes e demais públicos que nos relacionamos.

Nossa reputação é um dos ativos mais importantes que dispomos. Com isso, todos são responsáveis pela preservação, melhoria da imagem, e manutenção da confiança e da credibilidade da empresa, construída ao longo dos anos de sua existência.

Com base nessa premissa, formaliza-se por meio deste CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA o nosso compromisso diário em defender o que acreditamos e que define o nosso “Jeito de Ser”. Portanto, um Código de Ética e Conduta não é feito “para dizer que existe”. Ele deve ser vivido por todos, diariamente.

2. APRESENTAÇÃO

2.1. OBJETIVO

O Código de Ética e Conduta tem como principais objetivos:

- I) **Ser uma referência formal**, para possibilitar que todas as relações internas e externas da Empresa estejam de acordo com os seus valores e princípios, e reflitam as principais diretrizes e orientações na tomada de decisões e aspectos morais e éticos.
- II) **Fortalecer a cultura corporativa** e promover as boas práticas profissionais, tais como, a busca do conhecimento, a gestão integrada, o diálogo, o desenvolvimento das relações humanas, engajamento, responsabilidade socioambiental.
- III) **Reduzir a subjetividade das interpretações** pessoais sobre princípios morais e éticos, para equalizar comportamentos.
- IV) **Manifestar a convicção** de que a conduta ética se sustenta em uma responsabilidade individual e exprimir as expectativas da empresa em relação ao comportamento esperado de todos.
- V) **Promover a conduta ética** como uma vantagem sobre nossos competidores, pois a conduta honesta e o comportamento íntegro se convertem em valor agregado aos serviços oferecidos pela Empresa.

2.2. ABRANGÊNCIA

Este Código de Ética e Conduta se aplica a todos os Profissionais da empresa.

Incluem-se no conceito de “Profissional” os membros do conselho de administração, presidência, diretoria e os demais profissionais da Empresa. Aplica-se ainda, a todos os terceiros que tenham qualquer tipo de relação com a empresa (clientes, fornecedores, prestadores de serviços, parceiros).

2.3. DEFINIÇÕES

As definições a seguir são importantes para a compreensão deste Código de Ética e Conduta:

2.3.1. Conduta: é o modo de agir, de se portar, de viver (procedimentos). Existem dois tipos de conduta: a positiva e a negativa e, cada uma delas, é responsável por guiar nossas atitudes e comportamentos no dia a dia. A conduta é baseada em nossas crenças, cultura e valores éticos e morais.

2.3.2. Ética: conjunto de valores morais e princípios que norteiam a conduta humana na sociedade. A ética impõe padrões de pensamentos, afirmações e ações que orientam pessoas, a fazer o que é correto, justo, honesto e legal.

2.3.3. Moral: conjunto de valores, de normas e de noções do que é certo ou errado, proibido e permitido, dentro de uma determinada sociedade, de uma cultura.

2.3.4. Ética Profissional: é fazer o que é certo. Se comportar em conformidade com os objetivos, diretrizes, crenças e valores organizacionais, visando o respeito e a confiança de todas as partes (líderes, liderados, clientes, fornecedores, parceiros e sociedade).

2.3.5. Princípios: conceitos que regulam o comportamento ou ação de alguém, opiniões, convicções.

2.3.5. Preconceito e Discriminação: "juízo" pré-concebido e manifestado, geralmente na forma de uma atitude discriminatória perante pessoas, culturas, lugares ou tradições, tais como gênero, cultura ou etnia, raça ou cor, condição social, religião, idade, estado civil, orientação sexual, convicções políticas ou filosóficas, características físicas permanentes ou temporárias, deficiências, entre outros.

3. NOSSO JEITO DE SER

O mundo está em constante transformação, todos os dias surgem novas ideias, soluções, novas formas de se relacionar, de consumir informação. Neste sentido, a empresa por meio da sua Missão, Visão e Valores, se firma como uma empresa moderna, inovadora e que preza pela qualidade de seus serviços e felicidade de seus profissionais. Esse é o nosso jeito de ser, nossa forma de pensar e agir.



NOSSA MISSÃO

Construir soluções de relacionamentos, gerar resultados sustentáveis e agregar valor à marca dos nossos clientes.



NOSSA VISÃO

Ser Empresa Líder em excelência operacional, valorizada por seus profissionais, gerando resultados para todos.



NOSSOS VALORES

- Profissionalismo
- Lealdade
- Felicidade
- Flexibilidade
- Respeito

3.1 NOSSAS 7 ATITUDES



CUIDAR DAS RELAÇÕES

Cuidar de uma relação significa tratar os colegas pessoais ou de trabalho como gostaríamos de ser tratados: com respeito, atenção e carinho. Cuidar é escutar. Cuidado envolve preocupação. Quem cuida de suas relações ajuda o próximo a ser uma pessoa e um profissional melhor.



BUSCAR EXCELÊNCIA

O conceito de excelência está relacionado com a capacidade de fazer melhor a cada dia, mesmo nas pequenas coisas. Na dimensão individual, os profissionais podem se questionar sobre suas atitudes e o que pode ser melhorado sobre sua proatividade e a superação de metas e objetivos. A verdade é que podemos ser excelentes todos os dias. Basta fazer do “hoje” um dia melhor do que ontem.



FOCAR EM RESULTADOS

O resultado é a consequência de um conjunto de ações tomadas ao longo do tempo. O resultado é o efeito de nossas atitudes. Você já ouviu falar que “*quem não planta não colhe*”? Pois é, o resultado precisa ser cultivado. Entendido dessa forma, o resultado depende de você e das atitudes tomadas ao longo do tempo.



ASSUMIR COMPROMISSO COM O CLIENTE

Trabalhamos para garantir um relacionamento adequado de nossos clientes com seus próprios clientes. Para isso ser possível, o primeiro passo é entender o que os clientes esperam da empresa e, por consequência, o que eles esperam do seu trabalho e do trabalho da equipe. A partir do conhecimento das expectativas, o próximo passo é assumir o compromisso com o cliente. O compromisso é um contrato não escrito, que pode ser entendido como uma promessa ou uma declaração de princípios.



CUIDAR COMO SE FOSSE SEU

Tudo aquilo que é importante para nós: objetos, roupas, livros, entre outras coisas despertam atenção e cuidado. Esse espírito também é bem-vindo no ambiente profissional. O cuidado geralmente se manifesta por meio da atenção aos detalhes e pelo desejo de contribuir para um ambiente melhor. Quando temos cuidado com as nossas coisas, essas atitudes refletem de imediato nas pessoas que estão ao nosso redor, inclusive em nossos relacionamentos. Por isso quem cuida como se fosse seu acaba sendo um profissional melhor e, o mais importante, uma pessoa melhor.



SER EXEMPLO

Ter atitude, fazer e ser um exemplo é um caminho para se tornar um líder. Um verdadeiro líder é “exemplo” e mostra para as pessoas o que deve ser feito para mudar. Dentro do contexto profissional, não há lugar para o “faça o que eu digo, não faça o que eu faço”. Ver uma liderança dizer uma coisa e fazer outra gera um sentimento de desapontamento e até de traição. Sua equipe se espelha em você e em suas orientações, diariamente. Lembre-se sempre que “as palavras comovem, os exemplos arrastam”. O exemplo é a melhor maneira de liderar!



BUSCAR O AUTODESENVOLVIMENTO

O autodesenvolvimento ocorre quando assumimos a responsabilidade pelo processo. Logo, o primeiro passo é analisar quais as habilidades e competências são necessárias para o melhor desempenho da função profissional. Isso envolve também a abertura para o recebimento de feedbacks e o alinhamento com gestores. Nenhum profissional ou ser humano é perfeito ou completo, o passo seguinte consiste na capacitação necessária, que deve ser buscada por meio da educação formal, leituras e outras iniciativas.

4. PRINCÍPIOS, CONDUTAS E COMPROMISSOS

O Grupo Connvert, no exercício da Governança Corporativa fundamenta sua atuação através de uma postura ética e de respeito mútuo. As nossas atitudes, decisões e os relacionamentos são fundamentais para o cumprimento da missão, valores e os objetivos empresariais. Neste contexto, as diretrizes a seguir, norteiam os princípios e condutas esperadas por parte dos Profissionais:

- I) Cumprir e estimular todas as partes interessadas, internas e externas, a disseminarem os princípios éticos e os compromissos de conduta expressos neste Código de Ética e Conduta, mediante a gestão e o monitoramento.
- II) Conduzir o negócio com transparência, integridade, credibilidade e sustentabilidade, bem como, observar práticas de bons princípios contábeis, de gestão e de comunicação clara, objetiva e tempestiva para seus acionistas, investidores e junto ao mercado de capitais.

- III) Alinhar as atividades da Empresa com os compromissos expressos neste Código, nos objetivos estratégicos e nas diretrizes de gestão de pessoas, gestão de riscos, controles financeiros, performance, auditoria, compliance, controles internos e segurança corporativa.
- IV) Manter sempre uma conduta profissional íntegra e imparcial, se abstendo de participar de atividades ilícitas ou imorais, ou atrair negócios para a Empresa pela prática destas.
- V) Agir com ética, clareza e lealdade na defesa dos interesses da empresa, fortalecendo as relações institucionais, de parceria e de negócios com clientes, fornecedores, parceiros, órgãos públicos e a sociedade em geral.
- VI) Conhecer e agir em estrita conformidade com as leis, órgãos reguladores, normas e procedimentos internos, aplicáveis à sua atividade.
- VII) Divulgar as informações da Empresa por meio de relatórios e balanços anuais, refletidos de modo claro, correto, consistente, exato e completo.
- VIII) Exercer as atividades profissionais reconhecendo as necessidades e os direitos de todas as partes envolvidas, com qualidade, espírito de equipe, atenção aos prazos, envolvimento, competência, consciência, diligência, dedicação e parceria, buscando fazer o seu melhor a cada dia, mesmo nas pequenas coisas.
- IX) Garantir aos profissionais, segurança e manutenção da qualidade de vida no trabalho.
- X) Combater todas as formas de preconceito, discriminação, intimidação, assédio.
- XI) Garantir a proteção das informações não públicas (restritas, confidenciais e internas) visando evitar que seu vazamento prejudique a empresa e seus públicos de relacionamento.
- XII) Contribuir para o fortalecimento da Empresa, valorizando, preservando e protegendo a sua imagem e reputação, através de atitudes honestas enquanto pessoa e empresa.

- XIII) Manter canais de comunicação abertos, transparentes e objetivos, para a livre manifestação de opiniões, dúvidas, sugestões, reclamações e denúncias.

4.1 CONDUTAS NÃO ACEITÁVEIS

- I) Exercer outras atividades profissionais durante o expediente, com ou sem fins lucrativos, prejudicando seu desempenho, ou atividades que possam interferir, conflitar ou representar concorrência direta ou indireta aos negócios da empresa, não sendo permitido utilizar: nome, informações, patrimônio ou quaisquer outros recursos disponibilizados pela empresa para exercício de tais atividades.
- II) Trabalhar em outras organizações seja como profissional da empresa, prestador de serviço, consultor, conselheiro, sócio, cujas atividades conflitem de algum modo com as próprias atividades desenvolvidas na empresa.
- III) Realizar negócios particulares com profissionais ou empresas que sejam clientes, fornecedores ou que mantenham qualquer tipo de relacionamento com a empresa, sem obter a autorização expressa da Diretoria.
- IV) Fazer uso do cargo, função, influência, informações sobre negócios e assuntos da Empresa ou de seus clientes para influenciar decisões que venham a favorecer interesses próprios ou de terceiros.
- V) Fazer uso de qualquer posição de Liderança para solicitar favores ou serviços pessoais aos seus colaboradores.
- VI) Agir com ausência de transparência nas relações ou atividades com profissionais, clientes ou parceiros, podendo causar prejuízo a terceiros em benefício próprio ou mesmo para a empresa.

5. CONDUTA COM OS PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO ■

É dever de todos, atuarem sempre de forma que seus interesses particulares não prevaleçam sobre os interesses da empresa. Esta orientação de conduta deve ser aplicada tanto internamente, como nas relações com os nossos públicos externos.

Diariamente nos relacionamos com colegas, líderes, liderados, clientes, investidores, acionistas, fornecedores, concorrentes, órgãos públicos e privados, sindicatos, sociedade e com o meio ambiente, e princípios primordiais éticos e de condutas que devem nortear essas relações. São eles:

- Respeito
- Profissionalismo
- Compromisso com o cliente
- Honestidade e Lealdade
- Zelar pela imagem
- Socialmente responsável

5.1. A EMPRESA E SEUS PROFISSIONAIS

A empresa tem o compromisso de estabelecer um clima favorável aos seus profissionais, dentro de um ambiente de trabalho respeitoso, positivo, digno e feliz. Portanto, são práticas da empresa os seguintes princípios:

5.1.1. Oportunidade no Trabalho

Promover a igualdade de oportunidades em contratação, promoção, desafios, capacitação, remuneração e benefícios, considerando exclusivamente os preceitos da meritocracia.

5.1.2. Desenvolvimento e Valorização Profissional

Atrair, cuidar, desenvolver e valorizar os profissionais, propiciando condições para sua realização pessoal e profissional, estimulando o desenvolvimento de competências e autodesenvolvimento para que todos se sintam respeitados e reconhecidos por suas contribuições, com base no cumprimento de metas e performance.

5.1.3. Ambiente de Trabalho

As relações no ambiente de trabalho devem estar alinhadas com os Valores e as 7 Atitudes da empresa, mantendo o compromisso de estabelecer um clima favorável, dentro de um ambiente produtivo, saudável e seguro, por meio das seguintes práticas.

- I) Tratar os profissionais com educação, respeito e igualdade. Não toleramos “gritos” com os profissionais. O respeito e educação é a base para a construção de quaisquer relacionamentos sólidos e equilibrados.
- II) Incentivar o exercício da liderança autêntica que privilegie a persuasão em lugar da coação.
- III) Avaliar a equipe de forma justa, fornecendo feedback com fatos, dados e transparência.
- IV) Valorizar e promover um ambiente de trabalho onde o relacionamento é baseado no profissionalismo, transparência, confiança, cooperação, criatividade e respeito aos valores individuais.
- V) Valorizar a importância do trabalho em equipe e uma gestão integrada para atender as necessidades dos clientes e os objetivos da Empresa.
- VI) Fazer uso de roupas adequadas ao ambiente corporativo.

5.1.4. Assédio, Preconceito, Discriminação

Não ter condutas abusivas, inoportunas ou ofensivas no ambiente de trabalho, tais como hostilidades, humilhação, constrangimentos, intimidação, ameaças, insinuações impróprias de qualquer natureza, sejam de caráter pré-conceitual, discriminatório ou que possam configurar assédio moral ou sexual, independentemente do nível hierárquico dos envolvidos. Estas condutas são proibidas e não serão, sob qualquer hipótese, admitidas.

5.1.5. Saúde e Segurança

A empresa provê um ambiente que promove a segurança e a saúde física de todos os profissionais, em respeito à legislação vigente. O compromisso com a saúde e segurança é responsabilidade de todos os profissionais, sendo dever:

- I) Cumprir todas as recomendações da CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes) e normas regulamentadoras, contribuindo para a melhoria das condições ambientais dos locais de trabalho.

- II) Comunicar de imediato ao SESMT (Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho) e ao Gestor imediato, qualquer fato que coloque em risco os profissionais e/ou a Empresa e toda ocorrência de acidente de trabalho.
- III) Garantir e preservar a limpeza, organização e segurança em todas as nossas instalações.

5.2. A EMPRESA E SEUS CLIENTES

COMPROMISSO COM OS CLIENTES

"O nosso trabalho está voltado para o sucesso dos nossos clientes"

É compromisso da empresa, gerar valor para seus clientes, por meio do atendimento às suas expectativas e do desenvolvimento de soluções inovadoras. Portanto, são práticas da empresa os seguintes princípios:

- I) Atender aos nossos clientes com educação, transparência, cortesia, presteza, eficácia, atitude positiva e respeito, garantindo a confiabilidade e confidencialidade das informações prestadas e a privacidade dos dados acessados.
- II) Manter e respeitar os acordos firmados, cumprindo os requisitos estabelecidos, apoiados por serviços com qualidade, bem como analisar e responder todas as questões abordadas pelos clientes em prazo compatível com suas expectativas e necessidades.
- III) Manter absoluto sigilo e privacidade das informações recebidas pelos clientes, utilizando-as apenas para os fins legítimos e divulgando-as somente com autorização formal do próprio.
- IV) Ser aberto a críticas e sugestões na busca contínua de melhoria da qualidade de nossos serviços.
- V) Não usar artifícios de intermediação, participação ou envolvimento de qualquer natureza, em propostas, negócios ou quaisquer atividades que considerem contrários à legislação, regulamentação vigentes e às normas da empresa.

5.3. A EMPRESA E SEUS INVESTIDORES E ACIONISTAS

HONESTIDADE E LEALDADE

CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA | CÓDIGO: MNI – 04/23 Versao:06

Este Documento é CONFIDENCIAL, sendo proibida a sua reprodução e distribuição sem prévia autorização

“Construa, com honestidade e lealdade, uma carreira de sucesso”

O relacionamento da Empresa com seus acionistas e investidores deve observar as leis e regulamentos existentes e fundar-se na comunicação de informações transparentes e acessíveis. Além disso, a Empresa segue a legislação societária relativa às companhias abertas, bem como as regras emitidas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), especialmente as que regem o segmento do Novo Mercado da BM&FBOVESPA. Portanto, são práticas da empresa os seguintes princípios:

- I) Manter diálogo sempre aberto e fornecer de forma correta, objetiva e tempestiva as informações necessárias, que permitam aos investidores e acionistas acompanhar o desempenho da Empresa, gerando subsídios para tomada de decisões.
- II) Apresentar os dados financeiros e contábeis com clareza e rigor.
- III) Respeitar os direitos de todos os acionistas, inclusive no tocante à divulgação de informações ou fatos relevantes, independentemente do percentual de sua participação no capital social.
- IV) **Não** se beneficiar de informações privilegiadas para aquisição, alienação e oneração de bens do ativo permanente e para captação de recursos.
- V) **Não** utilizar de prospecção de negócios para tirar vantagens, em prejuízo a acionistas e investidores.
- VI) **Não** tornar público ou transferir a quem quer que seja, qualquer informação que possa interferir nas estratégias da Empresa, acarretando prejuízos aos acionistas e investidores.

5.4. A EMPRESA E SEUS FORNECEDORES E PARCEIROS

A empresa na relação com fornecedores e parceiros busca a transparência e imparcialidade, pautando suas decisões em fatores técnicos e legais, baseados em princípios éticos de forma a preservar a confiança mútua. Portanto, são práticas da empresa os seguintes princípios:

- I) Permitir igualdade de oportunidades a todos.

- II) Realizar seleção e contratação baseadas em critérios técnicos objetivos e legais devidamente pré-estabelecidos, tais como: qualidade, preço, prazo, capacidade de fornecimento e capacidade técnica.
- III) Realizar contratação de fornecedores e parceiros que cumpram as exigências legais, trabalhistas, ambientais, sanitárias e de segurança, com especial ênfase ao combate a atos ilícitos ou criminosos (corrupção, tráfico de influência, trabalho infantil ou escravo, fraudes, lavagem de dinheiro, contrabando, entre outros), a fim de manter um alinhamento com os princípios do nosso Código de Ética.
- IV) Realizar contratação de fornecedores e parceiros, observando a não existência de vínculo familiar com os nossos profissionais (ou preferência na contratação), sem a devida análise e aprovação da Diretoria, evitando expor a empresa.
- V) Não manter vínculos comerciais e pessoais que possam influenciar a tomada de decisão e comprometer a isenção da empresa.
- VI) Evitar sempre que possível, as relações de exclusividade.
- VII) Manter sigilo das informações recebidas por seus fornecedores e parceiros.
- VIII) Orientar para o cumprimento das leis vigentes garantindo a confidencialidade, segurança e sigilo das informações fornecidas pela empresa.

5.5. A EMPRESA E SEUS CONCORRENTES

Para a empresa a concorrência leal e respeitosa é um estímulo constante na inovação e busca da excelência. Portanto, são nossas práticas os seguintes princípios:

- I) Tratar os concorrentes com respeito, seguindo a premissa, para ser respeitado, respeito.
- II) Agir segundo os preceitos da livre concorrência, sendo vedadas práticas como uso de informações privilegiadas, omissão de fatos relevantes, manipulação da boa-fé, espionagem, entre outras.
- III) Respeitar a propriedade intelectual dos concorrentes.

- IV) Não discutir com os concorrentes qualquer assunto que constituam diferenciais estratégicos da empresa.
- V) Não desqualificar as empresas concorrentes diante de clientes ou fornecedores. Ter como prática, destacar e ressaltar as qualidades da empresa.
- VI) Em eventos sociais no qual é inevitável o contato com profissionais da concorrência, inibir e evitar, ao máximo, qualquer diálogo ou assunto pertinente a empresa.

5.6. RELAÇÃO COM ÓRGÃOS PÚBLICOS E PRIVADOS

ZELAR PELA IMAGEM

"Nós somos responsáveis por cuidar da imagem que conquistamos"

A empresa busca adotar um relacionamento estritamente profissional junto aos órgãos e entidades do setor público e privado no âmbito das atividades desempenhadas. Portanto, são nossas práticas os seguintes princípios:

- I) Relacionar-se com agentes públicos e privados, fundamentando-se no rigoroso cumprimento da legislação e regulamentação aplicável, dentro de padrões de honestidade e integridade.
- II) Limitar as parcerias, patrocínios e contribuições ao benefício da coletividade (desenvolvimento social, cultural e ambiental), exercendo nossa cidadania corporativa. Nenhuma contribuição pode ser realizada tendo em vista a obtenção de benefícios ilegítimos ou favores para a empresa.
- III) Vinculação, afiliação ou colaboração com partidos políticos ou com outro tipo de entidades, instituições ou associações com fins políticos, bem como as contribuições ou serviços àqueles, deverão ser realizadas de tal forma que fique claro seu caráter pessoal e que evite qualquer envolvimento da empresa.
- IV) Não financiar, custear ou de qualquer forma patrocinar a prática de atos ilícitos.
- V) Não aliciar autoridades, funcionários públicos por meio de presentes ou de vantagens pessoais, seja para facilitar negócios ou para cumprir as próprias obrigações legais, fatos que constituem formas de suborno e corrupção.

- VI) Assegurar que as comunicações da Empresa com os órgãos públicos, governamentais ou não governamentais, sejam feitas apenas por profissionais cuja função esteja diretamente relacionada com tais responsabilidades.

5.7. RELAÇÃO COM SINDICATOS E ENTIDADES DE CLASSE

A empresa reconhece a legitimidade de sindicatos, associações e entidades de classe, mantendo com estes, relação de respeito e permanente diálogo. Respeita os direitos de sindicalização e livre associação previstos em Lei, bem como as atividades realizadas pelas organizações representativas dos trabalhadores, de acordo com as funções e competências que lhe forem atribuídas legalmente.

5.8. RELAÇÃO COM A IMPRENSA

A empresa mantém relacionamento de respeito, confiança, transparência e veracidade com todos os veículos de comunicação.

Com o intuito de proteger a identidade corporativa, nas relações com a Imprensa, a Área de Marketing é a única responsável por agendar ou conceder entrevistas, enviar notas ou comunicados e transmitir toda e qualquer informação de interesse público, não sendo permitidas tais ações por parte de outras áreas, exceto com autorização prévia da Direção da Empresa.

5.9. A EMPRESA E A SOCIEDADE

SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

“Faz parte da nossa cultura, respeitar as diferenças: de sexo, idade, raça, cultura, religião e política

A empresa por meio de projetos apoia ações de responsabilidade social, voltadas à cidadania, qualificação profissional e geração de renda, bem como, estimula a participação de seus profissionais por meio de iniciativas de voluntariado.

Repudia qualquer forma de preconceito, discriminação e exploração ilícita das pessoas pelo trabalho, quer seja ele compulsório, forçado, ou escravo e, em especial, o infantil.

5.10. A EMPRESA E O MEIO AMBIENTE

A empresa desenvolve suas atividades empresariais atendendo à legislação pertinente e buscando de forma contínua as melhores práticas de gestão e ações de Sustentabilidade, incentivando a participação de seus profissionais na contribuição para a preservação ambiental, de forma periódica, com campanhas internas e regulação pertinente ao assunto. Todos os profissionais da empresa devem ter ação responsável com o meio ambiente, adotando práticas conscientes, voltadas ao não desperdício, tais como:

- I) Economizar água e energia.
- II) Gerar menos resíduos e quando possível, substituir descartáveis por reutilizáveis.
- III) Armazenar adequadamente o lixo e demais resíduos, de acordo com a “coleta seletiva”.
- IV) Imprimir somente o que for mesmo necessário e procurar aproveitar os dois lados da folha de papel.

6. FAZER O QUE É CERTO NAS SITUAÇÕES DO DIA A DIA

As práticas relacionadas a seguir representam as atitudes que a empresa espera de todos os profissionais. As orientações detalhadas constam em Normas específicas e Ordens de Serviços.

6.1. CONFORMIDADE COM AS LEIS, REGULAMENTAÇÕES, NORMAS INTERNAS E CERTIFICAÇÃO

- I) Todos os profissionais devem conhecer a legislação e os regulamentos aplicáveis às suas atividades, incluindo-se normas e diretrizes internas, e agir em conformidade com as mesmas.

- II) As informações da empresa, quando requisitadas por órgãos regulamentadores, fiscalizadores, arrecadadores e do judiciário devem ser disponibilizadas pela Direção da respectiva área, desde que solicitadas dentro da estrita legalidade.
- III) A empresa é certificada pelo Programa Brasileiro de Autorregulamentação do setor de relacionamento com clientes e consumidores (Call Center; Contact Center; Help Desk; Sac e Telemarketing) – PROBARE, ciente da obrigação do atendimento e conformidade com os seguintes princípios:

Artigo 1º - Apresentação

Em todo contato o Agente deve apresentar-se, identificar claramente a Empresa/Contratante que representa, e no caso de contato ativo, informar o seu objetivo.

Artigo 2º - Clareza

As ofertas devem ser claras, honestas e completas.

Artigo 3º - Acessibilidade

Deve ser respeitado o direito do Consumidor de entrar em contato com a Empresa/Contratante após a transação ser efetuada, (0800).

Artigo 4º - Crianças e Adolescentes

É vedada a formulação de ofertas por telefone/internet e o fechamento de vendas para crianças e adolescentes.

Artigo 5º - Relacionamento com Consumidor

O relacionamento com o Consumidor deve ser respeitoso e não discriminatório.

Artigo 6º - Relacionamento com Equipe de Agentes

A Central de Relacionamento deve garantir condições de trabalho adequadas à equipe de Agentes.

Artigo 7º - Respeito à Privacidade do Consumidor

Os responsáveis pelo serviço devem utilizar as informações dos Consumidores de maneira adequada e respeitar o seu desejo em retirar estas informações das bases de dados.

Artigo 8º - Respeito à propriedade e acordos para uso das listas

Nenhuma lista ou informação nela contida poderá ser usada em violação aos direitos legais ou contratuais do proprietário da lista.

Artigo 9º - Contatos Ativos

Os responsáveis pelo serviço devem assegurar que os contatos ativos respeitem os Consumidores, sendo que somente podem ser feitos de segunda a sexta-feira, das 9:00 às 21:00 horas, e aos sábados das 10:00 às 16:00 horas; não são admitidas ligações a cobrar para os Consumidores, nem ligações aos domingos e feriados nacionais.

Artigo 10º - Contatos Receptivos

Os responsáveis pelo serviço devem assegurar padrões adequados para atendimento receptivo dos Consumidores

6.2. CONFLITO DE INTERESSES

É importante prevenir conflito de interesses com clientes, fornecedores, parceiros. Um potencial conflito de interesses surge quando nos envolvemos, direta ou indiretamente, em situações que podem influenciar ou pareçam influenciar em nossas decisões profissionais. Portanto, diante de um conflito de interesses, devem prevalecer a integridade e o compromisso com os negócios da empresa, abdicando-se de qualquer interesse pessoal.

As seguintes regras devem ser adotadas por todos os profissionais da empresa, independentemente do nível hierárquico:

6.2.1. Presentes, Brindes, Vantagens

- I) **É vedado** aceitar ou oferecer, direta ou indiretamente, favores ou presentes de caráter pessoal que possam afetar tomadas de decisões, facilitar negócios com a Empresa, ou beneficiar terceiros, incluindo fornecedores, seus familiares, sócios e clientes, bem como dar a impressão de que uma transação de negócios depende de um presente.

- II) **É vedado** o recebimento de presentes, hospitalidades (viagens, hospedagem) ou vantagens, sendo permitido ao profissional receber, única e exclusivamente, Brindes.

A empresa, a seu exclusivo critério, poderá, entretanto, permitir tal recebimento, dependendo das circunstâncias e mediante autorização prévia do Diretor da área onde está lotado o profissional beneficiado.

Entendem-se como “Brinde”, lembranças, artigos promocionais e de agradecimento, distribuídos a título de cortesia, propaganda, ou por ocasião de eventos ou datas comemorativas, como por exemplo: camisetas, bonés, canecas, canetas, agendas, calendários, ações de marketing de fornecedores (chocolates, livros), entre outros similares, sendo seu valor referencial até U\$ 100,00 (cem dólares). Brinde superior a este valor será tratado como presente, exceto nas premiações por desempenho de performance, podendo ser com crédito identificado em holerite ou brindes. Quando da ocorrência desse evento, o mesmo será conduzido pela empresa, representada pelos gestores das áreas responsáveis, garantindo a transparência dos critérios e métricas utilizados, bem como a comprovação da entrega dos brindes.

- III) **É vedado** oferecer ou aceitar presentes em dinheiro, independentemente do valor envolvido.
- IV) Toda oferta de brindes/presentes deve ser documentada com os devidos registros contábeis e em conformidade com as leis e regulamentos pertinentes.

6.2.2. Doações

Como parte da sua responsabilidade corporativa, a empresa pode doar produtos ou recursos financeiros no intuito de apoiar atividades comemorativas, de pesquisas, arte e cultura, projetos sociais e educacionais. Como princípio, todas as doações devem obedecer aos requisitos de transparência, com propósitos claros e objetivos, sem a expectativa de retorno ou contrapartida.

A fim de evitar que uma doação/contribuição seja interpretada como um suborno, as seguintes condições devem ser atendidas:

- I) Nenhum dos profissionais pode utilizar a empresa, o seu nome, ou seus recursos para qualquer doação em espécie, de bens ou serviços sem a prévia aprovação da Diretoria.
- II) Não deve criar senso de obrigação ou aparência de impropriedade, nem tampouco serem razoavelmente entendíveis pelos outros como suborno.
- III) Não deve ser paga em conta particular de um indivíduo.
- IV) Todo destinatário, sejam pessoas físicas ou jurídicas deverão firmar Termo de Recebimento com a descrição de sua finalidade.
- V) Deve ser documentada com os devidos registros contábeis a título de “doações” e em conformidade com as leis e regulamentos pertinentes.
- VI) Qualquer contribuição política estará sujeita à aprovação do Conselho de Administração da empresa, em conformidade com o processo de governança.

6.2.3. Relações de Parentesco e Proximidade

- I) ***Indicações e contratações de profissionais que sejam parentes, familiares ou amigos próximos*** podem resultar em potenciais conflitos de interesses. A contratação de pessoas que possuam relações de parentesco e proximidade com os profissionais da empresa somente será realizada quando ‘atender a todas as etapas do processo de Seleção, assegurando a imparcialidade, a transparência e a adequação do perfil à posição. Não é permitida a relação de subordinação direta entre parentes ou familiares e nem que os mesmos trabalhem em uma mesma área.
- II) ***Relacionamento amoroso entre profissionais:*** Este tipo de relação não é proibido desde que, direta ou indiretamente possam influenciar nas atividades e posturas profissionais. Não é permitida a relação de subordinação e nem que os mesmos trabalhem em uma mesma área. Caso ocorra um relacionamento amoroso entre profissionais de uma mesma área, estes deverão informar imediatamente ao seu superior imediato para remanejamento.

- III) **Nepotismo:** Não é permitida a prática do nepotismo, ou seja, participar, influenciar ou tentar influenciar qualquer decisão relativa à contratação, nomeação ou elevação de cargos de parentes, familiares ou amigos próximos.

6.2.4. Patrocínios

Patrocínios são permitidos e utilizados na promoção da marca, propaganda ou oportunidades para a empresa demonstrar ou promover seus serviços, ou no exercício de sua responsabilidade corporativa.

É **vedado** o uso de patrocínio como meio para obter vantagens indevidas, direta ou indiretamente.

6.3. CORRUPÇÃO, EXTORSÃO, FRAUDE

A empresa tem o firme compromisso de cumprir rigorosamente a legislação aplicável à sua atuação e à condução dos seus negócios não admitindo sob nenhuma hipótese, condutas que caracterizem fraude, lavagem de dinheiro, corrupção, extorsão, ou quaisquer condutas ilícitas, quer seja entes públicos ou privados. Esta é considerada infração direta ao presente Código de Ética e Conduta, sujeitando o infrator às medidas disciplinares adequadas e cabíveis a cada caso, sem prejuízo das punições previstas na legislação brasileira.

É dever de todos os colaboradores comunicar a empresa quando da percepção de atos ilícitos.

Considera-se:

Corrupção: ação ativa ou passiva, ou resultado de subornar (dar e receber dinheiro, vantagens, benefícios) a uma ou várias pessoas visando benefício próprio ou em nome de outra pessoa seja ela física ou jurídica.

Extorsão: é o abuso de autoridade para obter vantagens indevidas, por exemplo, solicitando uma vantagem em troca da realização de tarefas administrativas de rotina ou da dispensa de multas.

Fraude: ato ardiloso, enganoso, de má-fé, com o intuito de lesar ou ludibriar outrem, ou de não cumprir determinado dever, com o objetivo de levar vantagens pessoais.

Lavagem de Dinheiro: é o nome dado aos diversos processos através dos quais é possível ocultar ou disfarçar a “identidade”, “propriedade” e “origem” do dinheiro ilegalmente obtido, a fim de que este pareça proveniente de fonte legítima.

6.3.1 Principais Infrações:

- I) Prometer, oferecer, dar ou receber, direta ou indiretamente, vantagem a agente público ou privado, ou a terceira pessoa a ele relacionada.
- II) Comprovadamente utilizar-se por intermédio de pessoa física ou jurídica para ocultar ou dissimular seus reais interesses.
- III) Frustrar ou fraudar licitações e/ou contratos, extrapolar alçadas, adulterar resultados, valer-se de apropriação indébita ou utilizar informações sigilosas para fins ilícitos.
- IV) Dificultar atividade de investigação ou fiscalização de órgãos, entidades ou agentes públicos, ou intervir em sua atuação.
- V) Ocultar ou dissimular a natureza, origem, localização, disposição, movimentação ou propriedade do bem, direito ou valor.

6.4. USO DE ÁLCOOL, DROGAS ILÍCITAS

A empresa empenha-se em conscientizar os seus profissionais quanto ao uso excessivo de bebidas alcoólicas e drogas ilícitas, por serem substâncias notoriamente nocivas à saúde, como também, comprometem a atuação profissional. Portanto, as seguintes regras devem ser adotadas por todos os profissionais:

- I) A empresa não admite que seus profissionais estejam sob efeito de bebidas alcoólicas, drogas ilícitas ou substâncias que possam alterar ou causar desvio de comportamento durante a jornada ou no ambiente de trabalho.
- II) Em viagens, eventos e refeições de negócios, deve haver o bom senso, respeito aos padrões de comportamento e uso moderado de bebidas alcoólicas.
- III) É proibido fumar nas dependências da Empresa. As restrições ao uso de fumo nas dependências da empresa aplicam-se também aos visitantes e terceiros, ficando a cargo dos responsáveis dos departamentos/áreas a aplicação e orientação da norma.

6.5. COMERCIALIZAÇÃO DE MERCADORIAS

É proibido o comércio ou divulgação de qualquer tipo de produto ou serviço entre profissionais nas dependências da empresa: venda de qualquer mercadoria, realização de rifas, bolões, jogos com premiações, etc.

6.6. SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO E PRIVACIDADE DE DADOS

- I) Toda informação de propriedade da empresa, de seus clientes, fornecedores e parceiros deve ser protegida e gerenciada adequadamente, preservando-se sua integridade, confidencialidade e autenticidade, portanto, todo e qualquer material que é produzido na empresa e por seus profissionais é de propriedade da empresa, não sendo permitida a sua reprodução e repasse para fins particulares.
- II) Deve ser mantido total sigilo de assuntos estratégicos e sensíveis da empresa, não revelando fora do âmbito corporativo fatos ou informações de seus profissionais, clientes, fornecedores e parceiros, salvo por determinação legal / judicial.
- III) Informações corporativas pertencem a empresa, sendo proibida sua utilização para fins particulares.
- IV) Todo profissional deve agir com prudência em ambientes públicos, não expondo a empresa nem a própria carreira a risco.
- V) A manipulação, a divulgação e/ou o uso indevido de informações por parte de qualquer profissional é considerado falta grave e implica na aplicação das sanções disciplinares, legais e trabalhistas cabíveis.

6.6.1. Privacidade dos dados

Em 2019 foi instituído no Brasil uma legislação específica que regula as atividades de tratamento de dados pessoais. Trata-se da Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD. É compromisso da empresa e de todos os seus funcionários garantir a privacidade e proteção dos dados pessoais de seus clientes, funcionários, fornecedores e parceiros. Sendo dever de todo profissional empresa:

- I) Ser cuidadoso e responsável ao manipular informações pessoais, limitando seu uso apenas ao que estiver explicitamente autorizado - lembrando que informações

pessoais pertencem aos seus titulares e somente eles possuem autonomia para manipularem seus dados livremente.

- II) Não compartilhar informações pessoais sem autorização do titular.
- III) Reportar à área de Segurança da Informação da empresa quaisquer incidentes de segurança da informação os quais tenha conhecimento, tais como: divulgação, a modificação não autorizada, perda, roubo, uso ou compartilhamento indevido de dados.

6.6.2. Riscos e Ameaças

O parâmetro de nossas ações no ambiente de trabalho e nas relações com os públicos (interno e externo) será sempre o nosso Código de Ética e Conduta, independentemente do cargo ou ocupação na Empresa.

Visando resumir os principais vilões que ameaçam e põem em risco nosso comprometimento de ética e conduta, em especial nas operações que representam nossas clientes, podemos citar:



Celular e Relógios com conectividade: Perda de informações corporativas é a maior preocupação durante um incidente de segurança móvel.



Carona na catraca: A autenticação individual na entrada das operações é um requisito exigido pelos clientes e deve ser praticada sempre.



Papel e caneta: Informações podem ser vazadas de diversas maneiras, pelos quadros brancos, flip charts e materiais impressos deixados sobre a mesa. O papel e caneta são símbolos desse tipo de vazamento de dados sigilosos de clientes.

Os principais riscos a que todos estamos submetidos numa ocorrência de vazamento de dados são:

- Perdas financeiras
- Insatisfação de clientes
- Crise na imagem da empresa
- Advertências e multas
- Quebra de contrato
- Risco de imagem

6.7. ATIVOS E RECURSOS TECNOLÓGICOS

SENDO DE DONO

“A empresa valoriza o senso de dono. Cuide de tudo como se fosse seu”

É de responsabilidade de todos os profissionais a conservação e valorização dos bens tangíveis da Empresa (mobiliário, materiais, instalações, equipamentos, valores, etc.) e intangíveis (recursos de tecnologia), com o mesmo cuidado que aplicam ao seu patrimônio pessoal.

Portanto, é conduta de todos:

- I) Incentivar os colegas a manter as instalações/ambiente limpo.
- II) Não desperdiçar materiais.
- III) Desligar os equipamentos ao final do expediente.
- IV) Utilizar os ativos e informações criadas por meio dos recursos da empresa somente para atividade profissional da Empresa, que é a proprietária legal de todos.
- V) Não instalar ou remover nos computadores da empresa, programas não institucionais para os quais não tenha a licença de uso correspondente. Em todos os casos é necessária a autorização da Área de Tecnologia da Informação.
- VI) Não desenvolver ou modificar os softwares, salvo em casos específicos, de acordo com os respectivos contratos e sob a supervisão da área de Tecnologia da Informação.
- VII) Manter em sigilo e não compartilhar as senhas de acesso aos sistemas ou às redes internas da Empresa. As senhas são pessoais e intransferíveis, devendo ser mantidas em sigilo. Na iminência de ser compartilhada, deve imediatamente ser alterada, bem como ser apresentado relatório detalhado das atividades praticadas.
- VIII) Deixar os equipamentos nas melhores condições possível, após o seu uso.
- IX) Não realizar o carregamento de bateria de celular em locais indevidos e inapropriados nas dependências da empresa, como refeitórios e salas de operações, devido risco de curto-circuito, sobrecarga e queda da rede elétrica da Unidade.

6.7.1. Internet, E-mail, Mídias Sociais

- I) Conteúdos contidos em computadores e servidores, incluindo e-mails enviados ou recebidos, são propriedades da empresa e não serão considerados conteúdos privados, exceto quando exigido por legislação específica.
- II) Informações da empresa não podem ser inseridas em mídia sociais. Estas podem ser postadas apenas por funcionários nomeados e encarregados por esta atividade
- III) A mídia social, no trabalho ou em qualquer outro lugar, não deve ser utilizada para expor qualquer tipo de informação privada ou confidencial, dos profissionais da empresa, parceiros ou concorrentes.
- IV) Postagens de fotos nas redes sociais por profissionais que ocupam cargos de lideranças devem ser feitas com cuidado e bom senso, de modo a preservar a sua imagem, frente à posição que ocupam na empresa. Quando nos tornamos líder a nossa imagem é associada a empresa.
- V) A internet é disponibilizada para a comunicação de trabalho, portanto é vedado o acesso a sites e programas que não correspondem às atividades executadas na empresa e inadequados para uso corporativo, tais como pornográficos, que incitem a violência ou vícios, páginas de relacionamento pessoal, pedofilia, entre outros. Todo acesso à internet é passível de monitoramento e auditoria por meio de dispositivos de segurança da informação e outros procedimentos, portanto, o seu uso indevido é considerado falta grave e implicará na aplicação das sanções disciplinares, legais e trabalhistas cabíveis.
- VI) Não é permitido o uso da rede corporativa para fazer manifestações de cunho étnico, religioso, político e pessoal, divulgar temas que possam ser considerados ofensivos ou praticar qualquer conduta que não seria aceitável no local físico de trabalho.
- VII) Não é permitido utilizar o logotipo da empresa em sites, comunidades ou em outros materiais, impressos ou eletrônicos sem autorização expressa. O uso do logotipo destina-se exclusivamente a fins corporativos, e pode ser publicado na Internet apenas por funcionários nomeados e encarregados por essa atividade.

- VIII) Não é permitido a utilização de mídias removíveis, na empresa, tais como: pen drive, disco móvel ou HD removível sem autorização da área de Segurança da Informação.

6.8. GERENCIAMENTO DE RISCOS

O monitoramento de riscos é uma responsabilidade de todos os profissionais, que devem manter controles internos adequados dos processos pelos quais são responsáveis e comunicar fatos que possam afetar negativamente os resultados da empresa. Quando ocorrem situações que requerem uma análise mais especializada, os profissionais devem ter prudência na tomada de decisão, buscando auxílio com a área de Compliance da empresa, através do e-mail: compliance@connvert.com.br.

6.9. PROPRIEDADE INTELECTUAL

A propriedade intelectual consiste em patentes, marcas, direitos de reprodução, segredos de negócios, nomes de domínio, desenhos industriais, logotipos, dados de mercado e listas de clientes, bem como qualquer informação classificada como confidencial.

Portanto, é conduta de todos:

- I) Proteger a propriedade intelectual da empresa do mau uso, desvio ou da utilização para ganho pessoal.
- II) Comunicar Caso tenha conhecimento, reportar sobre a criação e/ou desenvolvimento de qualquer tipo de solução, particularmente aquelas relacionadas à inovação, softwares e aplicativos, que sejam de propriedade da empresa, prestando todas as informações técnicas à Empresa.
- III) Respeitar os direitos autorais dos profissionais, inserindo a autoria em documentos e projetos desenvolvidos em atividades internas ou em prestação de serviços aos clientes.

6.10. REGISTROS INTERNOS

A empresa tem o compromisso de registrar todas as transações contábeis e financeiras em seus relatórios e balanços de modo que assegure a transparência inerente à situação considerada.

- I) Todas as transações devem estar adequadamente autorizadas, devidamente registradas e suportadas por documentação precisa e detalhada.
- II) Todos os registros devem refletir, em razoável nível de detalhe, todas as suas transações, de maneira correta, consistente, completa, verdadeira e exata, pois deles derivam as informações, que prestamos para todas as pessoas e entidades de nosso relacionamento interno ou externo, respeitando ainda, o período de competência e as regulamentações aplicáveis.
- III) Nenhuma informação poderá ser omitida a Diretoria e auditores externos.
- IV) Todos os profissionais responsáveis pela elaboração das informações da empresa têm a responsabilidade de assegurar que as divulgações e as informações sejam feitas honestamente.

7. GESTÃO DO CÓDIGO

A gestão deste Código tem como objetivos assegurar a compreensão das diretrizes de conduta da empresa, garantir o tratamento adequado dos desvios de conduta, promover a sua ampla divulgação e esclarecer dúvidas.

7.1. CUMPRIMENTO DO CÓDIGO

O presente Código aplica-se aos membros dos órgãos de administração e a todos os demais profissionais da empresa, assim como terceiros que representem a Empresa.

É dever de todos, conhecer, entender, vivenciar e tornar efetiva a observância das recomendações previstas neste Código de Ética e Conduta, sendo em nosso cotidiano, parte inseparável dos nossos negócios.

7.2. REVISÃO E ATUALIZAÇÃO DO CÓDIGO

O Código de Ética e Conduta da empresa será revisado periodicamente, com o propósito de mantê-lo atualizado e alinhado ao dinamismo organizacional. Não havendo atualização do

conteúdo, considerar que não houve alteração ou mudanças que implicassem em nova versão.

7.3. RESPONSABILIDADES DOS GESTORES

Cada liderança é responsável pela supervisão e garantia do Código de Ética e Conduta, visando assegurar o conhecimento e a divulgação dos princípios éticos aplicáveis aos relacionamentos internos e externos sob sua responsabilidade.

7.4. RESPONSABILIDADES DE TODOS OS PROFISSIONAIS

- I) Cumprir todos os princípios deste Código, assim como observar leis e regulamentos, normas e procedimentos internos da Empresa, associados às atividades sob sua responsabilidade.
- II) Agir imediatamente quando identificar violações deste Código e adotar medidas preventivas, de detecção e remediação de qualquer falha ou desvio de conduta.
- III) Buscar sempre que necessário apoio e orientação de seus Gestores imediatos e estes junto às áreas corporativas da empresa, tais como Jurídico, Compliance e Recursos Humanos, na solução de dúvidas e entendimento do Código de Ética e Conduta.
- IV) Comunicar a Área de Compliance, qualquer preocupação de potencial violação deste Código.

7.5. RESPONSABILIDADES DE COMPLIANCE

- I) Zelar pelo cumprimento deste Código de Ética e Conduta.
- II) Receber e processar as denúncias de possíveis práticas de atos de descumprimento do Código e conduzir as investigações.
- III) Prestar assessoria no esclarecimento das dúvidas que surjam na aplicação do Código.

7.6. RESPONSABILIDADES DO COMITÊ DE ÉTICA

O Comitê de Ética é formado pelos membros de administração da empresa, sendo o órgão responsável por avaliar permanentemente, a atualidade e pertinência deste Código, determinar as ações necessárias para a sua divulgação e disseminação, bem como oferecer subsídios para as decisões, inclusive sobre os casos mais graves de violação.

7.7. CANAIS DE ORIENTAÇÕES E NOTIFICAÇÕES

Este Código é a base efetiva da solidez da nossa Empresa, portanto, caso nos deparemos com um fato ou suspeita de violação de uma diretriz, lei, regulamento ou norma, cabe-nos comunicar o fato prontamente aos diversos canais disponibilizados, conforme descritos abaixo:

I) Colabores do Grupo Connvert

- Contato direto com o Gestor imediato
- Notificações e reclamações de benefícios, bem como denúncias de assédio moral ou sexual, ou qualquer desvio de comportamento praticado dentro do ambiente operacional: [Kolmeia](#) < [Polinks](#) < [Solicite Aqui](#) < [Voalá](#) < [Abrir Manifestações](#)
- Canal de Denúncias: fraudes operacionais, financeiras, ou de qualquer outra esfera, ou atos ilícitos, que possam vir prejudicar a capacidade do Grupo Connvert de alcançar os seus objetivos: compliance@connvert.com.br

II) Clientes, Fornecedores e Terceiros

- Canal de Denúncias: fraudes operacionais, financeiras, ou de qualquer outra esfera, e ou atos ilícitos: compliance@connvert.com.br
- Portal da Ouvidoria: para informações, denúncias anônimas, reclamações, sugestões e elogios: www.flexbpo.com.br

Todas as manifestações serão norteadas pelos seguintes princípios:

- I) O sigilo da apuração será rigorosamente mantido;

- II) A apuração será conduzida com imparcialidade e independência;
- III) Denúncias ou acusações sem fundamentação consistente serão desconsideradas;
- IV) Denúncias ou acusações de má-fé, visando prejudicar alguém, estarão sujeitas às sanções disciplinares;
- V) Sanções disciplinares estão previstas contra qualquer tentativa de retaliação.

7.8. VIOLAÇÃO DO CÓDIGO

Cabe à liderança informar, orientar e preparar sua equipe para a correta aplicação das normas da Empresa, sendo um exemplo a ser seguido.

Descumprimentos de normas e regras da Empresa não podem ser tolerados e são passíveis de medidas disciplinares.

7.9. TERMO DE COMPROMISSO

Todos os profissionais da empresa deverão firmar Termo de Recebimento e Compromisso, conforme modelo abaixo, o qual será arquivado enquanto o (a) seu (sua) signatário (a) mantiver o vínculo com a Empresa e, por pelo menos, cinco anos após o seu desligamento.

TERMO DE COMPROMISSO CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA

Declaro que recebi o Código de Ética e Conduta do Grupo Connvert e reconheço que este é parte integrante do Contrato de Trabalho, concordando com as regras e orientações nele contidas e assumindo o compromisso de cumpri-las integralmente.

Estou ciente de que havendo dúvida sobre a aplicação de algum ponto do Código, posso esclarecê-la junto ao meu Gestor imediato, Compliance ou Recursos Humanos.

Nome Completo: _____

CPF: _____ Matrícula _____

Local e data: _____

Assinatura: _____

8. HISTÓRICO DE REVISÕES

HISTÓRICO DE REVISÕES DO DOCUMENTO			
Versão	Data	Descrição das alterações	Páginas alteradas
0	05/12/2016	Versão inicial.	-
1	26/10/2017	Identidade Visual	Todas as páginas
2	22/10/2018	Revisão Geral	Todas as páginas
3	14/02/2020	Inclusão do tema Privacidade dos dados LGPD	Pág. 26 e 27
		Inclusão do tema Riscos e ameaças	Pág. 27 e 28
		Alteração do nome Flex para empresa	Todas as páginas

4	26/01/2021	Inclusão dos princípios PROBARE	Pág. 20 e 21
5	01/07/2021	Alteração dos canais de orientações e notificações	Pág. 30, 33 e 34
		Alteração do nome Flex para Grupo Connvert	Todo Documento
6	07/02/2022	Revisão Geral	Todas as páginas
7	20/04/2023	Revisão Geral – Sem alterações	Todas as páginas

Código de Ética e Conduta revisão abril23 pdf

Código do documento 7462f3ff-2eff-4c1a-b410-948630a9b995



Assinaturas



Valter Oliveira Silva
valter.oliveira@connvert.com.br
Assinou

V. O. Silva



Felipe Cortes de Vasconcellos
felipe.vasconcellos@connvert.com.br
Assinou

Felipe Cortes de Vasconcellos

Eventos do documento

26 Apr 2023, 14:25:29

Documento 7462f3ff-2eff-4c1a-b410-948630a9b995 **criado** por VALTER OLIVEIRA SILVA (6e33b319-1cba-4cbf-90d4-f5655711d446). Email: valter.oliveira@connvert.com.br. - DATE_ATOM: 2023-04-26T14:25:29-03:00

26 Apr 2023, 14:26:54

Assinaturas **iniciadas** por VALTER OLIVEIRA SILVA (6e33b319-1cba-4cbf-90d4-f5655711d446). Email: valter.oliveira@connvert.com.br. - DATE_ATOM: 2023-04-26T14:26:54-03:00

26 Apr 2023, 15:27:40

VALTER OLIVEIRA SILVA **Assinou** (6e33b319-1cba-4cbf-90d4-f5655711d446) - Email: valter.oliveira@connvert.com.br - IP: 177.84.202.5 (177.84.202.5 porta: 40744) - [Geolocalização: -23.5700224 -46.6092032](#) - Documento de identificação informado: 046.908.538-00 - DATE_ATOM: 2023-04-26T15:27:40-03:00

26 Apr 2023, 23:37:59

FELIPE CORTES DE VASCONCELLOS **Assinou** - Email: felipe.vasconcellos@connvert.com.br - IP: 179.181.84.7 (179.181.84.7 porta: 18820) - [Geolocalização: -27.6103168 -48.5228544](#) - Documento de identificação informado: 004.109.791-20 - DATE_ATOM: 2023-04-26T23:37:59-03:00

Hash do documento original

(SHA256):9e2660c6991aaff3d5488e718b49a7aded737cda46079b3f6327f82da85ea14f

(SHA512):17726be34217168abb91ff8341e645d4940e4c327a4e3b41c204d6819851a2719fc3f82e64ea9c033ed97df620c7377d47760d5f61a070162a38de79b9f166c8

Esse log pertence **única e exclusivamente** aos documentos de HASH acima

Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign