



Código de Ética e Conduta

ÍNDICE

1. Aplicabilidade
 2. Princípios e valores
 3. Orientações de conduta:
 - 3.1. Ações discriminatórias
 - 3.2. Uso de álcool, drogas e armas
 - 3.3. Relações com parceiros de negócio
 - 3.4. Recebimento/oferta de brindes
 - 3.5. Fraude, suborno e corrupção
 - 3.6. Relações com autoridades e órgãos governamentais
 - 3.7. Relações com os Acionistas e os Investidores
 - 3.8. Relações com a imprensa
 - 3.9. Responsabilidade social
 - 3.10. Meio ambiente
 - 3.11. Saúde e segurança
 - 3.12. Liberdade de associação
 - 3.13. Uso do patrimônio
 - 3.14. Uso da informação/confidencialidade
 - 3.15. Atividades paralelas
 - 3.16. Atividades estranhas aos interesses e negócios da companhia
 - 3.17. Parentes/relacionamento afetivo
 - 3.18. Situações potencialmente conflitantes
 4. Canal de denúncia
 5. Gestão do Código de Ética e Conduta Empresarial
 6. Órgãos de assessoramento
 7. Diversos
 8. Palavra do Presidente
 9. Declaração de conflito de interesses / Declaração de aceite
-



1. APLICABILIDADE

1.1. As regras contidas neste Código de Ética e Conduta, assim como as demais políticas e normas da **Greenmark Consulting**, bem como as leis e os regulamentos das localidades onde atuamos devem ser compreendidas e respeitadas por Empregados, Membros da Administração, de Comitês e do Conselho Fiscal, Estagiários, Menores Aprendizizes, Fornecedores, Prestadores de Serviços e qualquer terceiro que atue em nome da Greenmark ("Colaboradores").

2. PRINCÍPIOS E VALORES

2.1. A Companhia busca os mais altos padrões de integridade, transparência e confiabilidade em todos os seus negócios e relacionamentos, orientando-se por um conjunto de valores éticos e morais. Todos os Colaboradores são responsáveis pela disseminação desses valores, devendo, assim, conduzir os negócios da Companhia.

2.2. São princípios e valores fundamentais da **Greenmark**:

a) Respeito: ter ações pautadas no respeito às pessoas e ao meio ambiente, com responsabilidade social junto à comunidade em que atua, considerando as normas e leis em vigor.

b) Honestidade: criar e manter relações de forma honesta, imparcial, sem omissão de dados/fatos, baseadas sempre na verdade e na integridade moral.

c) Foco no Cliente: assegurar a satisfação dos Clientes, desenvolvendo e fornecendo produtos e serviços com qualidade e que atendam aos seus requisitos.

d) Qualidade: buscar a excelência na execução, tendo alto grau de desempenho com compromisso em entregar produtos e serviços seguros, com qualidade e alta tecnologia, buscando sempre a melhoria contínua.

e) Foco em resultado: buscar a geração dos resultados de forma contínua, prezando pela entrega de resultado com consistência, qualidade e dentro dos prazos acordados.



f) Desenvolvimento profissional: proporcionar o desenvolvimento do empregado, oferecendo oportunidades com base no esforço pessoal, mérito, desempenho e metas.

3. ORIENTAÇÕES DE CONDUTA

a) As condutas que se seguem são compromissos mútuos, estabelecidos entre a Companhia e seus Colaboradores, e buscam orientar as práticas profissionais ou mesmo esclarecer situações que possam gerar conflitos nas relações internas e externas da **Greenmark**.

b) Os temas selecionados, que certamente não esgotam todas as situações, foram considerados prioritários para compor o Código de Ética e Conduta da Companhia, de forma a contribuir para sua gestão ética e sustentável.

3.1. Ações discriminatórias

3.1.1. São práticas não toleradas, por parte de qualquer Colaborador da Greenmark.:

a) Qualquer conduta que possa ser caracterizada como discriminatória em função de raça, nacionalidade, cor, gênero, orientação sexual, idioma, necessidades especiais, crença religiosa ou convicção política, origem social ou qualquer outra condição;

b) Qualquer conduta que possa ser caracterizada como assédio moral ou sexual, ofensa, hostilidade, exposição ao ridículo, intimidação ou humilhação;

c) Realizar qualquer tipo de propaganda política ou manifestação religiosa, nas dependências da **Greenmark** ou fora, em nome da Companhia.

3.2. Uso de álcool, drogas e armas

a) A **Greenmark** não permite ingressar, portar, consumir ou permanecer sob efeito de bebidas alcoólicas ou drogas ilícitas, em suas dependências ou fora em nome da Companhia.

b) O uso de cigarro ou similares, inclusive eletrônico, não é recomendado, sendo vedado nas áreas cobertas da empresa, nos termos da lei.



c) Não são permitidos o porte e a guarda de armas nas dependências da Companhia, salvo para profissionais legalmente habilitados e expressamente autorizados pela administração.

3.3. Relações com parceiros de negócio

3.3.1. Todos os relacionamentos com parceiros de negócio da **Greenmark**, tais como Clientes, Fornecedores e Prestadores de Serviços, devem ser baseados em critérios técnicos e transparentes, conduzido de forma ética e respeitosa, promovendo um relacionamento duradouro e de confiança, atuando conforme os objetivos corporativos.

3.3.2. Os Colaboradores que tiverem relacionamento de parentesco ou de interesse pessoal, com algum parceiro de negócios da **Greenmark**, não podem participar de qualquer decisão da Companhia, nem utilizar as prerrogativas de seu cargo ou poder de influência, na condução de assuntos relacionados a esse parceiro.

3.3.3. Será considerada como conflitante com os interesses da **Greenmark** a utilização do seu nome para comprar mercadorias, contratar serviços, obter empréstimos, em caráter particular ou para terceiros, beneficiando-se de crédito ou descontos especiais concedidos à Companhia.

3.3.4. Será considerado como conflitante com os interesses da **Greenmark** o recebimento de vantagens, tais como pagamentos, presentes, empréstimos, entretenimentos, viagens, emprego para parentes e favores de qualquer natureza, de pessoas físicas ou jurídicas que sejam atuais ou potenciais parceiros de negócio da Companhia.

3.3.5. Colaboradores que atuem em nome da **Greenmark** ("Colaboradores Internos"), que possuam qualquer tipo de relacionamento, incluindo parentesco, com pessoas vinculadas comercialmente à **Greenmark**, sejam elas Fornecedores, Investidores ou Parceiros, devem comunicar à Companhia, por meio da Auditoria Interna, e declarar tal relacionamento, desde que tais Colaboradores internos tenham poder de influência em decorrência de suas atividades na Companhia.

3.4. Recebimento/oferta de brindes

3.4.1. A prática de troca de brindes, serviços e presentes deve ser conduzida com cautela e transparência, para que não influencie ou pareça influenciar decisões empresariais.



3.4.2. Não será considerado conflito de interesses o recebimento ou oferta, por Colaborador interno e pessoas de seu relacionamento, de brindes não monetários, com valor de mercado equivalente a até 10% (dez por cento) do salário-mínimo federal vigente, a cada ano-calendário.

3.4.2.1. Brindes, serviços ou presentes excedentes a esse valor deverão ser devolvidos ou, na impossibilidade, encaminhados ao Gerente de Recursos Humanos, que definirá a sua destinação final.

3.5. Fraude, suborno e corrupção

3.5.1. A **Greenmark** possui Política de Combate à Corrupção e ao Suborno.

3.6. Relações com autoridades e órgãos governamentais

3.6.1. O relacionamento com autoridade ou servidor da administração pública direta ou indireta encontra-se previsto na Política de Combate à Corrupção e ao Suborno da Companhia.

3.7. Relações com os Acionistas e os Investidores

3.7.1. O relacionamento da Companhia com os seus acionistas e investidores deve ser baseado na comunicação precisa, transparente, isonômica e oportuna de informações relevantes, que lhes permitam acompanhar as atividades e o desempenho da Companhia, obedecendo aos procedimentos legais aplicáveis.

3.7.2. O relacionamento com os acionistas e com os investidores só poderá ser feito através do Diretor de Relações com Investidores e/ou pelo Diretor-Presidente e, em situações específicas, por Colaboradores Internos devidamente autorizados, em conformidade com as políticas, controles e procedimentos da Companhia.

3.8. Relações com a imprensa

3.8.1. O relacionamento da Companhia com órgãos da imprensa deve ser realizado apenas por Colaboradores internos autorizados, respeitando os limites da Política de divulgação da Companhia.



3.8.2. Informações que possam ser de especial interesse dos acionistas somente podem ser divulgadas ao mercado pelo Diretor de Relações com Investidores e/ou pelo Diretor-Presidente.

3.9. Responsabilidade social

3.9.1. É princípio da **Greenmark** agir com responsabilidade social junto às comunidades em que atua, além de seus Colaboradores estabelecerem um bom relacionamento, devendo respeitar os interesses dessas comunidades e do país, contribuindo para o seu desenvolvimento.

3.9.2. A **Greenmark** cumpre com as leis laborais em todos os países e regiões nos quais opera, apoiando os direitos humanos fundamentais para todos os povos.

3.9.3. A **Greenmark** condena todas as formas de trabalho infantil, escravo, bem como tráfico humano e exploração comercial, incluindo a exploração sexual de homens, mulheres e crianças, tendo o compromisso total em todos os mercados nos quais opera de proteger indivíduos de todas as formas de abuso e exploração.

3.10. Meio ambiente

3.10.1. Os Colaboradores devem, no exercício de suas atribuições, ter compromisso com a preservação do meio ambiente e com a adoção de ações que busquem melhorar a qualidade de vida do ser humano.

3.10.2. Todos os negócios da **Greenmark** devem ser conduzidos em total conformidade com a legislação ambiental, com a busca de aperfeiçoamento nos seus processos operacionais, dentro do conceito de desenvolvimento sustentável.

3.11. Saúde e segurança

3.11.1. A **Greenmark** zela pela saúde e segurança do trabalho em suas atividades e nas relações de trabalho. Os Colaboradores devem respeitar às políticas e as normas de segurança e saúde direcionadas para cada área e função.

3.11.2. Os Colaboradores internos que identificarem qualquer situação que ameace a sua integridade física, de colegas ou de terceiros, no ambiente de trabalho, deverão comunicar imediatamente o gestor e a área de Segurança do Trabalho.



3.12. Liberdade de associação

3.12.1. A **Greenmark** reconhece e respeita o direito de livre associação, inclusive em sindicatos, associações, entidades de classe, partidos políticos ou quaisquer outras entidades constituídas, desde que exercida com responsabilidade e ética, dentro dos limites legais.

3.13. Uso do patrimônio

3.13.1. O Colaborador é responsável pela preservação e cuidado no trato com os recursos e bens da Companhia, sejam eles financeiros, materiais ou intelectuais, de mobiliário, equipamento ou infraestrutura, devendo zelar pela limpeza e organização do seu local de trabalho e pela conservação dos materiais e recursos disponibilizados para a execução de suas atividades, evitando desperdícios e gastos desnecessários.

3.13.2. O patrimônio não pode ser utilizado para a obtenção de vantagens pessoais nem fornecido a terceiros, para qualquer fim, salvo os dispositivos de contrato celebrados em conformidade com as normas internas.

3.14. Uso da informação/confidencialidade

3.14.1. Os Colaboradores devem, em suas ações dentro e fora do ambiente corporativo, proteger a propriedade intelectual da Companhia, que inclui suas marcas, patentes, demais bens intangíveis, tecnologia e outras informações. Dessa forma, não podem usar indevidamente ou divulgar a terceiros quaisquer informações consideradas confidenciais da Companhia, incluindo, mas não se limitando a, procedimentos administrativos, informações sobre Colaboradores internos, Fornecedores e Clientes, incluindo inativos, projetos de engenharia, informações comerciais e financeiras, atos societários, contratos, processos e outras informações designadas como "**confidenciais**", fazendo uso delas com a finalidade exclusiva de assistir a **Greenmark** no cumprimento de suas atividades. Excepcionalmente, tais informações poderão ser divulgadas mediante a autorização expressa da Diretoria, nos termos do Estatuto Social.

3.14.2. Os Colaboradores que possuírem informações que não sejam conhecidas do público (informações privilegiadas) e que possam influenciar o valor das ações da Companhia não podem comprar ou vender tais ações, devendo obrigatoriamente respeitar a Política de Negociação da Companhia.



3.15. Atividades paralelas

3.15.1. Fica vedado aos empregados da **Greenmark** exercer atividades profissionais extravínculo contratual de trabalho com a Companhia, remuneradas ou não, em situações de conflito de interesses, tais como aquelas que:

- a) concorram, direta ou indiretamente, com as atividades ou interesses da Companhia;
- b) tenham qualquer relação com atuais ou potenciais parceiros de negócios da Companhia;
- c) façam uso de recursos da Companhia e sejam exercidas durante a jornada de trabalho;
- d) prejudiquem o desempenho eficiente de suas atividades na **Greenmark**; e
- e) contrariem o disposto neste Código.

3.16. Atividades estranhas aos interesses e negócios da Companhia

3.16.1. Fica vedado aos empregados exercer atividades estranhas aos interesses e negócios da **Greenmark**, remuneradas ou não, em suas dependências, tais como:

- a) venda, propaganda e divulgação de produtos, serviços e atividades de caráter comercial, religioso, político, de classe, realização de sorteios e práticas de jogos em geral;
- b) circulação de listas ou venda de rifas para a arrecadação de fundos para quaisquer fins, exceto mediante aprovação do Gerente do Departamento de Recursos Humanos;
- c) afixação ou distribuição de cartazes e/ou comunicações escritas não relacionadas com os negócios da Companhia, exceto mediante aprovação do Gerente do Departamento de Recursos Humanos;
- d) a circulação de abaixo-assinados para quaisquer fins;
- e) a utilização do endereço da Companhia para recebimento de correspondência particular.



3.17. Parentes/relacionamento afetivo

3.17.1. Fica vedado a Colaboradores internos que seus familiares trabalhem em posição de reporte direto ou indireto no mesmo departamento.

3.17.2. Para fins do presente Código, são considerados familiares: cônjuge, companheiro(a), namorado(a), pai, mãe, padrasto, madrasta, filho(a), enteado(a), sogro(a), genro, nora, irmão(ã), cunhado(a), avô(ó), neto(a), tio(a), sobrinho(a), sogro(a) de irmão(ã), primo(a), entre outros.

3.17.3. Fica vedado ao Colaborador influenciar ou participar de decisões de recrutamento e seleção, promoção, avaliação e transferência, envolvendo um familiar.

3.18. Situações potencialmente conflitantes

3.18.1. Toda e qualquer situação pessoal, já existente ou que se pretenda desenvolver, que possa ser caracterizada, potencialmente, como conflito de interesses, deverá ser revelada à Companhia, pelo Colaborador.

3.18.2. A Companhia, através da Auditoria Interna, dará o tratamento adequado ao assunto.

3.18.3. Em caso de potencial conflito de interesses, o Colaborador potencialmente conflitado não poderá ser envolvido no tratamento do assunto, observando-se que, caso seja Administrador ou membro de Comitê, deverá se abster de decidir sobre o assunto.

4. CANAL DE DENÚNCIA

4.1. Os Colaboradores da **Greenmark** que tenham conhecimento de quaisquer situações, atos, fatos ou práticas que violem o disposto neste Código, nas políticas, legislação ou regulamentações aplicáveis à Companhia, deverão comunicá-los por meio do Canal de Denúncia da Companhia, disponível na intranet da **Greenmark**.

4.2. O Canal de Denúncia da **Greenmark** possibilita a comunicação transparente e anônima, bem como assegura o tratamento imparcial e sigiloso. As denúncias realizadas no canal serão analisadas pela Auditoria Interna e pelo Comitê Executivo de Ética, que darão o tratamento adequado a cada caso, garantindo o sigilo e a preservação da identidade do denunciante, não se admitindo retaliação de qualquer natureza.



5. GESTÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA EMPRESARIAL

5.1. Compete aos Colaboradores a aplicação e cumprimento das normas constantes deste Código de Ética e Conduta, devendo zelar pela sua observância.

5.2. Violações a este Código e às demais políticas e normas da **Greenmark** sujeitam os infratores a consequências, que incluem advertência verbal ou escrita, suspensão, demissão sem justa causa ou com justa causa, notificação e até rescisão contratual para pessoas jurídicas.

5.3. As medidas disciplinares serão aplicadas considerando o tipo de violação e sua gravidade.

6. ÓRGÃOS DE ACESSORAMENTO

6.1. Auditoria Interna, Departamento Jurídico e Compliance e Comitê Executivo de Ética.

6.2. Cabe à Auditoria Interna monitorar o cumprimento do Código de Ética e Conduta, assegurar o funcionamento do Canal de Denúncia, bem como o recebimento e tratamento das ocorrências, junto ao Comitê Executivo de Ética, com sigilo e garantia de anonimato, quando aplicável.

6.3. O Departamento Jurídico e Compliance será responsável por propor, juntamente com a Auditoria Interna, ao Comitê Executivo de Ética, recomendações para aperfeiçoamento do Código de Ética e Conduta, visando à permanente atualização. O Comitê, por sua vez, poderá submeter tais alterações à deliberação do Conselho de Administração.

6.4. Cabe ao Comitê, com imparcialidade, estabelecer critérios para o tratamento de situações não previstas no Código, dirimir situações controversas, equacionar dilemas éticos e garantir uniformidade dos critérios usados na resolução de casos similares.

7. DIVERSOS

7.1. A **Greenmark** reserva-se o direito de modificar e revisar quaisquer políticas e normas em vigor sem aviso prévio, sem necessariamente realizar alterações ao Código.



7.2. Caso o conteúdo deste Código entre em conflito com quaisquer leis nacionais dos países em que a **Greenmark** opera, deve-se entender que os requisitos legais prevalecem sobre os requisitos constantes neste Código.

7.3. Periodicamente, será realizado treinamento aos empregados da Companhia sobre o Código de Ética e Conduta e seu cumprimento.

8. PALAVRA DO PRESIDENTE

A **Greenmark Consulting** busca o mais alto padrão de integridade, transparência e confiabilidade em todos os seus negócios e relacionamentos, orientando-se por um conjunto de valores éticos e morais. Todos os administradores e colaboradores da **Greenmark** são responsáveis pela disseminação desses valores, devendo, assim, conduzir os negócios da Companhia.

A utilização desses padrões éticos e morais, no exercício das suas atividades empresariais, asseguram a credibilidade da Companhia junto aos diversos públicos e agentes com os quais se relaciona.

A reputação da **Greenmark** é construída por nossas atitudes e pelas decisões que tomamos diariamente. Portanto, nossas ações devem estar sempre alinhadas com nosso Código de Ética e Conduta, bem como com os valores da Companhia. Lembre-se: cuidar da reputação e da integridade da **Greenmark** é responsabilidade de todos nós.

Cordialmente,

Elcio Jose Blanco

Diretor-Presidente