



**POLITICA DE BRINDES,
PRESENTES E
HOSPITALIDADES**

Versão 2024



SUMÁRIO

1. **OBJETIVO**
2. **APLICAÇÃO**
3. **DEFINIÇÕES**
4. **DIRETRIZES GERAIS**
5. **DIRETRIZES COMPORTAMENTAIS**
 - 5.1. BRINDES
 - 5.2. PRESENTES
 - 5.3. HOSPITALIDADES
6. **CANAL DE DENÚNCIAS**
7. **POLÍTICA DE CONSEQUÊNCIAS**
8. **CANAL DE COMUNICAÇÃO COM O COMITÊ, PARA ESCLARECIMENTOS E DÚVIDAS.**
9. **REFERÊNCIAS**
10. **HISTÓRICO DAS ALTERAÇÕES**



1. OBJETIVO

Esta Política estabelece diretrizes complementares ao **Código de Conduta**, com o objetivo de orientar, auxiliar e assegurar que todos os colaboradores da **ANACONDA** cumpram a legislação vigente quanto a receber ou ofertar brindes, presentes, hospitalidades e outros benefícios, prevenindo e combatendo práticas de conflito de interesses particulares e corporativos e que possam caracterizar suborno ou corrupção, adotando-se, para tal, os mais elevados padrões de integridade, legalidade, ética e transparência.

Nossa **Política de Brindes, Presentes e Hospitalidades** busca, em primeiro lugar, identificar, prevenir e reduzir o risco de ocorrência de violações específicas das Leis Anticorrupção, em segundo lugar, treinar nossos colaboradores, em especial as áreas mais sensíveis a eventuais situações que possam caracterizar práticas que influenciem decisões, suborno e corrupção, além de oferecer mecanismos para que a Companhia possa rapidamente detectar e adotar procedimentos que coíbam tais condutas.

2. APLICAÇÃO

A presente Política se aplica a todos os colaboradores, diretores, conselheiros, acionistas, e, em geral, a todas as pessoas que fazem parte da **ANACONDA**, independentemente do cargo ou função que ocupem, inclusive a alta administração. Sua aplicação se estende aos estagiários, aprendizes e *trainees*, aos prestadores de serviço, fornecedores, parceiros de negócios, consultores e terceiros, assim como aos concorrentes, órgãos públicos e entidades com as quais a **ANACONDA** tenha algum tipo de interação, sejam pessoas físicas ou jurídicas, com ou sem fins lucrativos, de forma a tornar-se um padrão de relacionamento interno e com o seu público de interesse.

3. DEFINIÇÕES

- **Administração Pública:** a atividade concreta e imediata que o Estado desenvolve para a consecução dos interesses coletivos e subjetivamente como o conjunto de órgãos e de pessoas jurídicas aos quais a lei atribui o exercício da função



administrativa do Estado. É, portanto, a gestão dos interesses públicos por meio da prestação de serviços públicos, sendo dividida em administração direta (União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios) e indireta (autarquias, fundações públicas, empresas públicas, sociedades de economia mista e eventuais outras constituições de descentralização administrativa).

- **Agente econômico:** Agentes econômicos são quaisquer pessoas físicas ou jurídicas (empresa privada ou pública, com fins lucrativos ou não, indústrias, comércio, profissional liberal etc.) que participem como sujeitos da atividade econômica, atuando isolada ou coletivamente e organizado formalmente ou não.
- **Agente Público:** todo aquele que exerce, ainda que transitoriamente e/ou até 6 meses após seu desligamento, com ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, emprego ou função na administração direta, indireta ou fundacional de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Municípios, de Território, de empresa incorporada ao patrimônio público ou de entidade para cuja criação ou custeio o erário haja concorrido ou concorra com mais de cinquenta por cento do patrimônio ou da receita anual.
- **Terceiros:** significam toda e qualquer pessoa física ou jurídica não pertencente a **ANACONDA**, com ou sem vínculo comercial: clientes, fornecedores, agentes públicos, políticos, representantes de entidade de classe, sindicatos, instituições, ONG'S, universidades etc.
- **Código Penal (Decreto Lei 2.848, de 07/12/1940):** determina as sanções referentes à pessoa física.
- **Corrupção:** Conduta de prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público, nacional ou estrangeiro. Assim, com o ato de solicitar ou receber, para si ou para outrem, direta ou indiretamente, ainda que fora da função ou antes de assumi-la, mas em razão dela, vantagem indevida, ou aceitar promessa de tal vantagem.
- **Entretenimento:** significa as atividades ou eventos que tenham como principal fim proporcionar lazer aos seus participantes.
- **Hospitalidade:** serviços ou despesas com transporte, com alimentação, com hospedagem, com cursos, com seminários, com congressos, com eventos, com feiras ou com atividades de entretenimento.



- **Premiações:** entrega de bens ou incentivos que tenham por intuito o reconhecimento motivacional para aqueles que realizam trabalhos de excelência, superando os resultados esperados.
- **Brindes:** itens sem valor comercial ou de baixo valor comercial e distribuídos de forma generalizada, como cortesia, propaganda ou divulgação habitual, para atender as funções de lembrança de marca e/ou agradecimento
- **Presentes:** Gratificação, favor, benefício, desconto, ou qualquer item que possuam valor comercial e que não se enquadra na definição de brindes.
- **Lei de Improbidade Administrativa (Lei 8.429 de 02/06/1992):** dispõe sobre as sanções aplicáveis aos agentes públicos nos casos de enriquecimento ilícito no exercício de mandato, cargo, emprego ou função na administração pública direta, indireta ou fundacional
- **Suborno:** Forma de corrupção que se caracteriza pelo oferecimento ou aceitação de qualquer tipo de presentes, empréstimos, honorários ou qualquer outra vantagem, com a intenção de induzir determinada pessoa a realizar uma ação ou se omitir de forma indevida, desonesta, ilegal ou que possa ocasionar perda de confiança na condução das atividades da Companhia;
- **Vantagem indevida:** significa qualquer benefício ou privilégio que não esteja em conformidade com as práticas íntegras e éticas estabelecidas no **Código de Conduta** da **ANACONDA**.

4. DIRETRIZES GERAIS

Oferecer e receber brindes, presentes e hospitalidades é prática comum, considerada uma cortesia nas relações comerciais, o que simboliza apreço, gentileza e reforço da marca, desde que tal prática se dê de forma ética, em conformidade com as previsões legais e apropriada às mais diversas situações.

Ocorre que, em determinadas situações, a oferta ou o recebimento de brindes, presentes e hospitalidades podem ocasionar reivindicações de favorecimento, gerando expectativas de retribuição, sujeitando-se à caracterização de suborno, corrupção e conflito de interesses.



Nas situações em que exista a expectativa ou a intenção de obtenção de vantagem indevida ou de influenciar de maneira imprópria terceiros ou agentes públicos, a **ANACONDA** repreende qualquer conduta que possa caracterizar privilégios, suborno ou corrupção, independentemente do valor ou da natureza do que for ofertado ou recebido.

A **ANACONDA** não consente ou aceita favorecimento de terceiros ou agentes públicos em troca da execução de ato inerente às suas funções e não facilita qualquer ato abusivo que possa ser entendido como influência real ou presumida.

As disposições contidas na presente Política devem ser interpretadas em conjunto e complementam as diretrizes de conduta estabelecidas no **Código de Conduta**, na **Política Anticorrupção e de Relacionamento com o Setor Público** e na **Política de Doações e Patrocínios** da Companhia.

5. DIRETRIZES COMPORTAMENTAIS

5.1. VANTAGENS INDEVIDAS

Caso os colaboradores estejam em alguma situação de recebimento de vantagens em desacordo com as diretrizes desta Política, do **Código de Conduta** e legislações pertinentes, deverão informar imediatamente o **Comitê de Compliance** para que sejam recomendadas as ações cabíveis.

5.2. BRINDES

Para a entrega de brindes, deverão ser considerados os seguintes pontos:

- (i) Considerar a ocasião, o objetivo, a intencionalidade, o perfil do público e o recurso disponível;
- (ii) Não obter nenhum tipo de benefício;
- (iii) Visar o fortalecimento da marca com os diferentes públicos;
- (iv) Não distribuir brindes aleatoriamente, evitando banalizar a iniciativa;
- (v) A oferta de brindes institucionais deverá ser avaliada e definida pelo **Comitê de Compliance**, seguindo as orientações descritas;



(vi) Não ofertar para agentes públicos em nenhuma hipótese, a fim de evitar qualquer aparência de improbidade ou embaraço público.

É permitido o colaborador receber brindes de terceiros, sem valor comercial ou com valor de mercado abaixo de R\$ 100,00 (cem reais), de preferência que contenham a logomarca do ofertante, cujo objetivo do brinde ofertado seja a propaganda, fortalecimento da marca, desde que observadas as definições aqui já estabelecidas e a frequência do recebimento

EXEMPLOS DE BRINDES PERMITIDOS
<ul style="list-style-type: none">• Bonés;• Canetas, lápis e demais itens de escritório;• Calendários, agendas, livros e afins;• Pen drives;• Garrafas, canecas, squeezes e afins;• Camisetas.

Em caso de recebimento pelo colaborador de brinde, o item deve ser entregue para o **Comitê de Compliance** que avaliará se os mesmos estão dentro dos critérios acima descritos, e se os mesmos não estiverem o **Comitê de Compliance** promoverá o seu sorteio entre os colaboradores ou doação.

5.3. PRESENTES

Se houver o oferecimento do presente, o colaborador deverá agradecer a cordialidade, recebê-lo e entregar ao **Comitê de Compliance** para análise. Verificando-se que o presente apresenta risco de configurar uma vantagem indevida ou potencial influência na decisão do colaborador e/ou tiver valor de mercado acima de R\$ 200,00 (duzentos reais) presente recebido será sorteado entre todos os colaboradores, ou doado.



EXEMPLOS DE PRESENTES PERMITIDOS

- Bombons (chocolates)
- Bebidas
- Cestas de Natal
- Flores

Em caso de recebimento de presente pelo colaborador por impossibilidade de recusa, o item deve ser entregue ao **Comitê de Compliance**, que promoverá o seu sorteio entre os colaboradores ou doação para entidades carentes.

Presentes não devem ser recebidos ou ofertados para agentes públicos em nenhuma hipótese, a fim de evitar qualquer aparência de improbidade ou embaraço público.

5.4. HOSPITALIDADES

Hospitalidades dadas a terceiros ou associados comerciais são permitidas somente se as despesas estiverem diretamente ligadas à promoção de produtos ou atividades da **ANACONDA**. Hospitalidades de caráter técnico (feiras, seminários, congressos) recebidas de terceiros ou associados comerciais são permitidas somente se as hospitalidades estiverem diretamente ligadas à atividade fim da **ANACONDA**.

O QUE NÃO FAZER

Ofertar ou receber a hospitalidade:

- Em troca de alguma vantagem comercial, de forma que resulte em danos à reputação da **ANACONDA**;
- Se as circunstâncias puderem potencialmente ser interpretadas como influência de uma ação ou decisão a fim de garantir uma vantagem comercial para a **ANACONDA**.



Hospitalidades não devem ser recebidas ou ofertadas de/para agentes públicos em qualquer hipótese, a fim de evitar qualquer aparência de improbidade ou embaraço público.

PROIBIDO OFERECER, PROMETER OU RECEBER BRINDES, PRESENTES E HOSPITALIDADES QUE:

- influenciam indevidamente decisões que afetem os negócios da empresa;
- Proporcionam benefícios pessoais;
- Possuam conotação sexual, drogas ou qualquer tipo de itens ou atividades ilegais;
- Incluam dinheiro e equivalentes, tais como títulos, valores mobiliários ou descontos.

6. CANAL DE DENÚNCIAS

A suspeita de qualquer atividade realizada em desacordo com esta Política, ao **Código de Conduta** ou ainda em desacordo com a legislação aplicável e vigente à época da atividade, deverá ser imediatamente informada no **Canal de Denúncia**, em caráter totalmente sigiloso:

Pelo telefone: **0800 580 3362**

Pelo site – www.canalintegro.com.br/anaconda

A **ANACONDA** não permite qualquer retaliação ao colaborador ou terceiro que, de boa-fé, utilizou o **Canal de Denúncias**, procurou o **Comitê de Compliance**, reportou ou se recusou a contribuir em qualquer atividade que violasse o presente procedimento.

7. POLÍTICA DE CONSEQUÊNCIAS

Qualquer ato de suborno ou corrupção praticado, em qualquer nível hierárquico de nossa Companhia, será considerado infração ao **Código de Conduta** da **ANACONDA**, sem prejuízo das punições previstas na legislação brasileira. As violações a essa Política serão tratadas de acordo com o **Código de Conduta** e a **Política de Gestão de Consequências e Não Retaliação** da **ANACONDA**.



8. REFERÊNCIAS

- (i) Código de Conduta;
- (ii) Leis Anticorrupção (Lei 12.846/2013);
- (iii) Decreto nº 10.889/2021;
- (iv) Decreto nº 11.129, de 11/07/2022;
- (v) Lei de Conflito de Interesses (Lei 12.813/2013)
- (vi) Código Penal (Decreto Lei 2.848, de 07/12/1940);
- (vii) Lei de Licitações e Contratos (Lei 8.666, de 21/06/1993).

9. HISTÓRICO DE REVISÕES

Data da elaboração	Versão	Descrição da Alteração
20.12.2023	v.01	Emissão da Política de Brindes, Presentes e Hospitalidades