



POLÍTICA DE MARKETING ÉTICO

1. INTRODUÇÃO

A Nanoterra adota como princípio fundamental em todas as suas atividades de marketing e comunicação o compromisso com a ética, a transparência e a integridade. Esta política foi criada para assegurar que todas as iniciativas estejam alinhadas aos valores institucionais da empresa – como a inovação regenerativa, o respeito à biodiversidade e a responsabilidade socioambiental – e reflitam o compromisso da Nanoterra com a confiança de seus públicos.

2. OBJETIVO

Estabelecer diretrizes claras que orientem a elaboração, a divulgação e a gestão de todas as ações e materiais de marketing da Nanoterra, garantindo que sejam conduzidos com responsabilidade, legalidade e integridade. A política visa assegurar conformidade com:

- A legislação vigente sobre publicidade e defesa do consumidor;
- O Código de Ética da Nanoterra;
- Os Princípios do Pacto Global da ONU;
- As boas práticas do marketing ético, sustentável e inclusivo.

3. A QUEM SE APLICA

Esta Política se aplica a todos os stakeholders da Nanoterra envolvidos direta ou indiretamente com marketing e comunicação, incluindo colaboradores, gestores, prestadores de serviço, fornecedores, parceiros comerciais, agências de publicidade, representantes e terceiros que atuem em nome da empresa.

4. DEFINIÇÕES

NANOTERRA LTDA - nanoterra.com.br

- **Marketing Responsável:** prática de comunicação e promoção que respeita valores éticos, os direitos dos consumidores, a transparência e os princípios de sustentabilidade e inclusão.
- **Comunicação Ética:** toda forma de expressão pública institucional ou comercial que respeite a veracidade das informações, a diversidade social e cultural, e os princípios legais.
- **Declarações Exageradas:** qualquer afirmação sem comprovação que exagere ou distorça as qualidades, resultados ou impactos dos produtos e serviços.
- **Princípios do Pacto Global da ONU:** conjunto de dez princípios universais derivados da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da Declaração da OIT sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção. Esses princípios abrangem os temas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção, e servem como base para orientar práticas corporativas responsáveis.
- **Canais Corporativos:** meios oficiais de contato e atendimento disponibilizados pela Nanoterra ao público interno e externo, como o site institucional, perfis verificados nas redes sociais, e-mails institucionais e ferramentas de atendimento digital. Esses canais também incluem mecanismos de denúncia, sugestões, SAC e comunicação com a área de ética e compliance.

5. DIRETRIZES GERAIS

5.1. Honestidade e Clareza

Toda peça publicitária e ação promocional da Nanoterra deve apresentar com precisão as características dos produtos, sem induzir o público ao erro sobre seus efeitos, benefícios ou impactos ambientais e sociais. É vedado o uso de mensagens enganosas, omissas ou ambíguas.

5.2. Propriedade Intelectual e Certificações

A Nanoterra respeita sua própria propriedade intelectual e a de terceiros. Declarações sobre certificações ambientais, sociais ou funcionais devem ser baseadas em comprovações documentais válidas, preferencialmente validadas por selos e entidades reconhecidas.

5.3. Alinhamento aos Valores da Marca

Toda comunicação deve refletir os princípios da Nanoterra: inovação ética, sustentabilidade regenerativa, inclusão, respeito à biodiversidade e responsabilidade social. Mensagens com cunho discriminatório, político-partidário, religioso ou que contenham estereótipos não são permitidas.

6. PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL DA ONU

6.1. Respeito aos Direitos Humanos

Todas as comunicações devem respeitar integralmente a dignidade humana. Não serão toleradas campanhas ou peças publicitárias que possam fomentar discriminação ou prejuízos à dignidade pessoal.

6.2. Não Cumplicidade em Abusos dos Direitos Humanos

A Nanoterra realizará auditorias e verificações regulares com fornecedores e parceiros para garantir que todos estejam em total conformidade com os direitos humanos e padrões éticos internacionais.

6.3. Liberdade de Associação e Direito à Negociação Coletiva

Será garantido que todas as agências e parceiros de marketing contratados respeitem plenamente os direitos dos trabalhadores à associação e negociação coletiva.

6.4. Eliminação do Trabalho Forçado e Compulsório

Será exigido dos parceiros de marketing total transparência e comprovação de que suas cadeias produtivas estão livres de trabalho forçado ou compulsório.

6.5. Abolição do Trabalho Infantil

A Nanoterra garantirá, por meio de auditorias regulares, que nenhuma ação ou parceria de marketing apoie, direta ou indiretamente, práticas de trabalho infantil

6.6. Eliminação da Discriminação

As campanhas da Nanoterra promoverão representatividade e inclusão, respeitando a diversidade cultural, étnica, racial e de identidade de gênero, refletindo nossa posição ativa contra discriminação.

6.7. Abordagem Preventiva aos Desafios Ambientais

Nosso marketing promoverá consciência e educação ambiental, destacando os benefícios da sustentabilidade e as práticas regenerativas desenvolvidas pela Nanoterra.

6.8. Responsabilidade Ambiental

Incluir a sustentabilidade como critério indispensável nas práticas de marketing, preferindo materiais sustentáveis, recicláveis ou biodegradáveis.

6.9. Tecnologias Amigáveis ao Meio Ambiente

As campanhas deverão destacar as tecnologias sustentáveis e os benefícios ambientais das soluções oferecidas pela Nanoterra, fortalecendo a conscientização sobre práticas regenerativas.

6.10. Combate à Corrupção

Todas as atividades de marketing serão conduzidas com máxima transparência e integridade, adotando uma política rigorosa de tolerância zero contra corrupção, suborno ou práticas antiéticas.

7. RESPEITO AO CONSUMIDOR

Todas as comunicações da Nanoterra com o público devem ser pautadas na clareza, precisão e responsabilidade. As mensagens publicitárias devem:

- Respeitar o Código de Defesa do Consumidor;
- Não conter promessas infundadas ou declarações não comprovadas;
- Refletir os valores institucionais e o compromisso com práticas comerciais justas.

Sempre que possível, os benefícios anunciados devem ser respaldados por certificações e auditorias independentes, assegurando credibilidade, legalidade e transparência.

8. DIVULGAÇÃO DE CANAIS CORPORATIVOS

Todas as peças de comunicação incluirão canais acessíveis de atendimento ao público (website, telefone, redes sociais), garantindo transparência e espaço para feedback dos consumidores e colaboradores.

9. FORNECEDORES DE MARKETING

A seleção de fornecedores e parceiros de marketing deverá considerar critérios técnicos e éticos, como histórico de conformidade legal, aderência aos princípios ESG e compromisso com práticas responsáveis de comunicação. Todos os contratos deverão conter cláusulas de integridade e aderência ao Código de Ética da Nanoterra.

10. PRODUÇÃO DE MATERIAIS DE MARKETING

A produção de qualquer material de marketing deve seguir o padrão institucional da empresa. Nenhuma peça será divulgada sem:

- Autorização formal da liderança responsável;
- Validação da área jurídica ou de compliance quando envolver dados sensíveis, comparações de desempenho ou declarações institucionais.
- Todo material deverá ser arquivado e documentado para fins de rastreabilidade e auditoria.

11. IMPARCIALIDADE DA COMUNICAÇÃO

A comunicação da Nanoterra deverá ser ética, imparcial e neutra, evitando posicionamentos ou expressões político-partidárias, religiosas ou discriminatórias, alinhando-se exclusivamente aos valores e propósitos institucionais.

12. DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Todas as campanhas devem garantir representatividade, acessibilidade e clareza, promovendo inclusão e respeito às diferenças, refletindo o compromisso com diversidade e sustentabilidade.

13. MONITORAMENTO E VALIDAÇÃO

A área de compliance será responsável por monitorar o cumprimento desta política, podendo recomendar ações corretivas e propor melhorias. Auditorias poderão ser realizadas periodicamente para verificar conformidade com os padrões legais e institucionais.

14. CAPACITAÇÃO

A equipe de marketing e comunicação será submetida a treinamentos regulares sobre legislação publicitária, padrões de ética da Nanoterra e melhores práticas do setor, garantindo alinhamento e atualização contínua

15. CANAL DE DENÚNCIA

Violações desta política poderão ser reportadas anonimamente por meio do canal de denúncias disponibilizado no endereço (<https://nterra.co/denuncias-nanoterra>). Todas as denúncias serão tratadas com sigilo absoluto e investigadas pela área de Compliance.

Infrações também podem ser comunicadas via e-mail através do endereço etica@nanoterra.com.br.

16. VIGÊNCIA

Esta Política foi aprovada pela alta liderança, encontra-se em vigor a partir da presente data.

17. DÚVIDAS

Em caso de dúvidas relacionadas a esta Política, procure seu parceiro local do time de Ética e Compliance.

18. REVISÃO DESTA POLÍTICA

Esta política poderá ser modificada sempre que se fizer necessário, pela área de Ética e Compliance em conjunto com a Diretoria Executiva, garantindo sua aderência à evolução normativa e estratégica da empresa.

19. CONTROLE DE ALTERAÇÕES

Data	Revisão	Alteração
21/02/2025	00	Emissão Inicial do Modelo – Camila Abigail
08/05/2025	01	Revisão Geral – Joaquim Araujo