

Elaboración	MCZ Abogacía	Fecha: 25.03.2024
Revisión	Nice House Brasil Conteúdo Digital LTDA.	Fecha: 26.06.2024
Área de Interés	Compliance	Versión n. 01

## SUMÁRIO

<b>CÓDIGO DE ÉTICA DE NICE HOUSE BR.</b> .....	2
<b>1. EL OBJETIVO DE ESTE CÓDIGO</b> .....	2
<b>2. PRINCIPIOS GENERALES</b> .....	2
<b>3. CONDUCTA PROFESIONAL</b> .....	3
<b>4. CONFLICTOS DE INTERESES</b> .....	3
<b>5. DEBERES Y OBLIGACIONES</b> .....	4
<b>6. USO DE CORREOS ELECTRÓNICOS Y OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN PROFESIONAL</b> ..	5
<b>7. RECEPCIÓN DE REGALOS Y OBSEQUIOS</b> .....	5
<b>8. RELACIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CUALQUIER OTRA MEDIOS</b> .....	6
<b>9. CONFIDENCIALIDAD</b> .....	6
<b>10. RELACIONES CON PROVEEDORES DE SERVICIOS Y PROVEEDORES</b> .....	7
<b>11. RELACIONES CON ORGANISMOS REGULADORES Y OTROS ÓRGANOS GUBERNAMENTALES</b> .....	8
<b>12. PROPIEDAD INTELECTUAL DE NICE HOUSE BR.</b> .....	8
<b>13. COMITÉ DE ÉTICA</b> .....	9
<b>14. CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA</b> .....	10
<b>15. SANCIONES</b> .....	10

Elaboración	MCZ Abogacía	Fecha: 25.03.2024
Revisión	Nice House Brasil Conteúdo Digital LTDA.	Fecha: 26.06.2024
Área de Interés	Compliance	Versión n. 01

## CÓDIGO DE ÉTICA DE NICE HOUSE BR.

La empresa **NICE HOUSE BRASIL CONTEÚDO DIGITAL LTDA. ("Empresa")** ha creado su código de ética ("Código") para describir los estándares éticos y de comportamiento esperados de todo su equipo, así como para el conocimiento de todas las personas que interactúan con ella. Este código forma parte de la filosofía y valores de la empresa, y guía sus conductas y negocios.

La ética determina la conducta humana en general, orientada hacia el logro de objetivos pragmáticos y utilitarios en interés tanto del individuo como de la sociedad.

El propósito de la ética es establecer principios de comportamiento que ayuden a las personas a elegir entre diferentes cursos alternativos de acción.

### 1. EL OBJETIVO DE ESTE CÓDIGO

Será un punto de referencia obligatorio para la conducta de todos sus colaboradores, prestadores de servicios, socios, directores, inversores, pasantes, socios (creadores de contenido, influencers y artistas) y proveedores, fomentando un comportamiento ético y transparente, y promoviendo acciones basadas en los valores incorporados por la Empresa.

### 2. PRINCIPIOS GENERALES

Todos aquellos a quienes aplica este Código deben cumplir con los deberes y observar los estándares éticos prescritos, en particular los principios rectores de

Imparcialidad;	Cooperación mutua;
Diversidad e Inclusión;	Satisfacción de los clientes;
Imparcialidad;	Seguridad;
Lealtad;	Mejora continua;
Eficiencia;	Responsabilidad socioambiental;
Transparencia;	Iniciativa.

**Nice House BR.** repudia la práctica de discriminación, racismo, soborno, extorsión, corrupción, pago de coimas, en todas sus formas, tanto dentro como fuera de nuestra Empresa.

**Nice House BR.** no tolera el acoso, ya sea sexual, moral o de cualquier otra naturaleza, ni situaciones que constituyan intimidación o amenaza en las relaciones entre colaboradores, independientemente del nivel jerárquico.

Elaboración	<b>MCZ Abogacía</b>	Fecha: 25.03.2024
Revisión	<b>Nice House Brasil Conteúdo Digital LTDA.</b>	Fecha: 26.06.2024
Área de Interés	Compliance	Versión n. 01

Se caracteriza como acoso cuando alguien en una posición privilegiada, o incluso igualitaria, utiliza su posición para humillar, coaccionar, intimidar o sacar ventaja de alguien.

Este tipo de práctica estará sujeta a las medidas previstas en la legislación.

### 3. CONDUCTA PROFESIONAL

Se requieren de los prestadores de servicios y proveedores de **Nice House BR.** los siguientes estándares de conducta profesional:

- I. Actuar con integridad, competencia, dignidad y ética al tratar con el público, clientes, prestadores de servicios y proveedores;
- II. Actuar y fomentar que todos con quienes interactúan actúen de manera ética y profesional para asegurar la credibilidad de la empresa;
- III. Buscar el mantenimiento y el aumento de su competencia técnica y contribuir al desarrollo profesional de todos en la empresa, buscando alcanzar los mejores resultados;
- IV. Guiar su comportamiento profesional por la imparcialidad en el juicio y la moderación en sus expresiones públicas;
- V. Abstenerse de realizar, en nombre de **Nice House BR.** cualquier contribución en dinero, bienes o servicios para campañas o causas políticas, excepto con la aprobación de la Dirección. Cualquier contribución eventual debe cumplir con la legislación vigente.

### 4. CONFLICTOS DE INTERESES

El conflicto de intereses en la relación colaborador/prestador de servicios/proveedor/empresa ocurre cuando alguno de ellos utiliza su influencia o realiza actos con el fin de obtener beneficios personales o que puedan causar daño, perjuicio o sean contrarios a los intereses de **Nice House BR.**

Los prestadores de servicios no podrán realizar actividades externas, ofrecer consultoría, ocupar cargos, etc., en organizaciones cuyos intereses entren en conflicto con los de **Nice House BR.**

Tampoco se aceptarán vínculos accionarios, directos o a través de cónyuges o familiares, según se define a continuación, con empresas que compitan directamente con **Nice House BR.**, si el cargo que ocupa el colaborador/prestador de servicios le permite acceder a

Elaboración	<b>MCZ Abogacía</b>	Fecha: 25.03.2024
Revisión	<b>Nice House Brasil Conteúdo Digital LTDA.</b>	Fecha: 26.06.2024
Área de Interés	Compliance	Versión n. 01

información privilegiada o si el vínculo beneficia al colaborador/prestador de servicios, cónyuge o familiares.

El colaborador/prestador de servicios que realice actividades adicionales en otras empresas (ocupe posiciones en entidades externas) y/o tenga cónyuge o familiares que trabajen en competidores y socios comerciales, debe informar inmediatamente por escrito a su supervisor, quien evaluará posibles conflictos de interés y la competencia con el servicio prestado, evitando así perjuicios para **Nice House BR.**

Se consideran familiares por consanguinidad hasta el segundo grado: padres, hijos, abuelos y hermanos.

## 5. DEBERES Y OBLIGACIONES

Son deberes de los colaboradores/prestadores de servicios de **Nice House BR.**, sin perjuicio de aquellos establecidos en la Consolidación de las Leyes del Trabajo y las normas aplicables a las actividades de la empresa:

- I. Adoptar principios y estándares compatibles con la responsabilidad pública y social de la empresa en todas las decisiones, actitudes y actividades profesionales;
- II. Actuar consciente de que su trabajo está regido por principios éticos que se materializan en la adecuada prestación de los servicios;
- III. Ejercer sus atribuciones de manera honesta, leal y justa;
- IV. Tratar de manera cortés a colegas, clientes y terceros, respetando su privacidad y sin prejuicios de origen, raza, sexo, color, edad, orientación sexual y/o de género, religión u otras formas de discriminación;
- V. Resistir a presiones e intimidaciones de beneficiarios, interesados y otros que busquen obtener favores o ventajas indebidas mediante acciones inmorales, ilegales y antiéticas;
- VI. Relacionarse con el cliente de manera cortés y profesional, manteniendo la imparcialidad necesaria en el desempeño de sus funciones;
- VII. Guardar absoluta confidencialidad sobre la información no pública de la cual tenga conocimiento por su actividad profesional;
- VIII. Cumplir con todas las políticas institucionalizadas por **Nice House BR.**

Elaboración	<b>MCZ Abogacía</b>	Fecha: 25.03.2024
Revisión	<b>Nice House Brasil Conteúdo Digital LTDA.</b>	Fecha: 26.06.2024
Área de Interés	Compliance	Versión n. 01

## **6. USO DE CORREOS ELECTRÓNICOS Y OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN PROFESIONAL**

- I. El uso de correos electrónicos y otras herramientas de comunicación oficial de **Nice House BR.** debe limitarse a temas estrictamente profesionales. Estas comunicaciones deben utilizar un lenguaje formal, quedando prohibido el uso de jergas, palabras groseras o cualquier término que pueda comprometer la imagen institucional de **Nice House BR.** y el buen ambiente laboral;
- II. Los sistemas electrónicos y recursos informáticos están disponibles para los colaboradores/prestadores de servicios para el buen desempeño de sus funciones;
- III. Se permite el uso moderado de estos sistemas para asuntos personales, siempre y cuando no viole las normas y directrices internas ni perjudique el flujo de trabajo, recordando que la empresa puede monitorear estas herramientas para el desarrollo del trabajo;
- IV. Está prohibido el acceso, intercambio, almacenamiento o uso de contenido obsceno, pornográfico, violento, discriminatorio, racista, difamatorio o que irrespete a cualquier individuo o entidad, contrario a las políticas e intereses de **Nice House BR.** Los juegos y la difusión de mensajes de tipo "cadena" tampoco están permitidos.

## **7. RECEPCIÓN DE REGALOS Y OBSEQUIOS**

- I. Los obsequios y las invitaciones institucionales son prácticas de cortesía y cordialidad aceptadas en una relación comercial, siempre y cuando no tengan la intención de obtener beneficios, no influyan en decisiones y no creen obligaciones comerciales en ninguna negociación;
- II. Se pueden aceptar obsequios institucionales como agendas, bolígrafos, calendarios y otros hasta el límite de R\$150,00, que sean prácticas de cortesía y cordialidad entre las partes de una relación comercial y que no impliquen obtener beneficios en ninguna negociación. Sin embargo, todos deben estar atentos al contexto de recepción y oferta de obsequios, no solo a su valor. En caso de duda, deben consultar a la Dirección;
- III. Se pueden aceptar obsequios y/o presentes por encima del valor mencionado cuando exista una verdadera oportunidad de desarrollo de contacto comercial, siempre y cuando cuenten con la autorización de la Dirección. También se pueden aceptar aquellos que representen distinción o homenaje a **Nice House BR.**, no específicamente a profesionales, y deben ser enviados a la Dirección para ser sorteados entre todos los empleados;

Elaboración	<b>MCZ Abogacía</b>	Fecha: 25.03.2024
Revisión	<b>Nice House Brasil Conteúdo Digital LTDA.</b>	Fecha: 26.06.2024
Área de Interés	Compliance	Versión n. 01

IV. Está prohibido recibir obsequios o presentes en efectivo, por cualquier motivo.

## 8. RELACIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CUALQUIER OTRA MEDIOS

- I. Los medios de comunicación actúan como un instrumento importante de información para los diversos segmentos de la sociedad. Por lo tanto, siempre que sea posible y no existan obstáculos legales o estratégicos, **Nice House BR.** permanecerá accesible y disponible para proporcionar datos y aclaraciones;
- II. Solo las personas expresamente autorizadas tienen permiso para interactuar en nombre de **Nice House BR.** con los medios de comunicación. En otras situaciones, solo los socios directores están autorizados para hacer declaraciones a la prensa en general (hablada, escrita, televisiva o internet, etc.);
- III. Está prohibido, bajo cualquier circunstancia, hacer declaraciones a la prensa en general que puedan interpretarse como discriminatorias por motivos de origen étnico, religión, clase social, sexo, orientación sexual, entre otras razones. También está prohibido el uso de expresiones que no sean adecuadas. Esto incluye la prohibición de hacer declaraciones a los medios de comunicación que puedan parecer tener una orientación política o partidista, o un sesgo ideológico de cualquier naturaleza;
- IV. Si un colaborador/prestador de servicios de **Nice House BR.** está autorizado a participar en entrevistas u otros eventos similares, siempre debe consultar a la Dirección. Además, debe limitarse a hacer comentarios estrictamente técnicos, precisos y completos, basados en hechos, evitando juicios de valor innecesarios. Además, las declaraciones deben ser precisas en términos terminológicos, evitando la divulgación de información sensible o controvertida.

## 9. CONFIDENCIALIDAD

- I. Los colaboradores/prestadores de servicios y proveedores deben regir toda su actividad profesional por el principio de confidencialidad, comprometiéndose a transmitir a terceros y otros únicamente la información estrictamente necesaria y relacionada con los negocios concernientes a cada uno de ellos. Se consideran confidenciales también las siguientes informaciones:
  - a. Relacionadas con la empresa y el negocio;
  - b. Provenientes del mercado, clientes o terceros y obtenidas en virtud del vínculo existente con **Nice House BR.**;

Elaboración	<b>MCZ Abogacía</b>	Fecha: 25.03.2024
Revisión	<b>Nice House Brasil Conteúdo Digital LTDA.</b>	Fecha: 26.06.2024
Área de Interés	Compliance	Versión n. 01

- c. Otras informaciones que, por la naturaleza de los datos transmitidos, deben ser consideradas confidenciales. Se destaca que la divulgación de información confidencial o privilegiada constituye un delito, además de dar lugar a responsabilidad civil.
- II. La reproducción o transferencia, en cualquier forma, de todo contenido confidencial será considerada una falta grave, a menos que esté dentro de las estrictas funciones delegadas al colaborador/prestador de servicios/proveedor;
- III. La terminación de la relación laboral o de servicios del colaborador/prestador implicará la transferencia inmediata de todo el contenido que posea al responsable del área, pero no eximirá de las obligaciones de confidencialidad, las cuales seguirán vigentes.

## 10. RELACIONES CON PROVEEDORES DE SERVICIOS Y PROVEEDORES

- I. **Nice House BR.** conduce su actuación bajo el principio de libre competencia. En este sentido, toda la información de mercado y de competidores, legítima y necesaria para el negocio, debe obtenerse mediante prácticas transparentes e íntegras, no admitiéndose su obtención por medios ilícitos;
- II. Está prohibido compartir asuntos y/o información confidencial de proveedores de bienes y servicios, socios comerciales o clientes con personas externas sin la previa autorización por escrito de su superior;
- III. Se prohíbe adoptar cualquier actitud que degrade la imagen de competidores, proveedores de bienes o servicios, o socios comerciales de **Nice House BR.**;
- IV. Todos deben actuar conforme a los parámetros establecidos por ley contra cualquier tipo de restricción a la competencia.
- V. No deben promoverse acuerdos con competidores con el objetivo de abusar del poder económico o de prácticas comerciales arbitrarias. Nadie está autorizado a participar en discusiones que involucren la asignación de mercados o clientes, fijación de precios, índices u cualquier otra actividad que restrinja la competencia entre proveedores;
- VI. La participación en reuniones con asociaciones gremiales o eventos del sector donde se tenga contacto con competidores deberá tratarse como una oportunidad para un intercambio legítimo de ideas, sin infringir la legislación aplicable;
- VII. Las infracciones a estas leyes pueden resultar en multas y otras medidas punitivas, tanto para **Nice House BR.** como para las personas involucradas;

Elaboración	<b>MCZ Abogacía</b>	Fecha: 25.03.2024
Revisión	<b>Nice House Brasil Conteúdo Digital LTDA.</b>	Fecha: 26.06.2024
Área de Interés	Compliance	Versión n. 01

VIII. En las relaciones con los proveedores, todos deben asegurarse de que estos estén comprometidos con prácticas anticorrupción, prevención del lavado de dinero y que no estén relacionados de ninguna manera con condiciones laborales inhumanas o similares a la esclavitud.

## **11. RELACIONES CON ORGANISMOS REGULADORES Y OTROS ÓRGANOS GUBERNAMENTALES**

- I. Solo aquellos expresamente autorizados podrán enviar información y atender otras solicitudes de las autoridades reguladoras y órganos gubernamentales;
- II. En casos de solicitud de información sobre clientes, proveedores de servicios, proveedores, etc., por parte de organismos gubernamentales como la Receita Federal, el Ministerio Público, entre otros, o en virtud de procedimientos judiciales, arbitrales o administrativos, dichas solicitudes deben ser remitidas al departamento jurídico de **Nice House BR.** para que se tomen las medidas necesarias.

## **12. PROPIEDAD INTELECTUAL DE NICE HOUSE BR.**

- I. Los modelos, rutinas internas, bases de datos, sistemas de análisis desarrollados, en desarrollo o que se creen durante el curso del trabajo, incluso por colaboradores/prestadores de servicios durante el ejercicio de sus funciones, constituyen propiedad intelectual exclusiva de **Nice House BR.** Los directores decidirán sobre la comercialización, reproducción o uso de estos elementos, siempre dentro de los límites establecidos en el contrato social de **Nice House BR.**;
- II. Queda prohibida la copia, venta, uso o distribución de información, hojas de análisis, informes internos y otros materiales que sirvan de base para la toma de decisiones de **Nice House BR.**, sin el consentimiento previo y por escrito de la persona facultada para ello;
- III. **Nice House BR.** posee todos los programas, facilidades, proyectos, productos u otros elementos que puedan ser protegidos legalmente o comercializados, ya sea conjunta o individualmente, incluso si estos fueron desarrollados por un colaborador/prestador de servicios. Este no tiene derecho alguno sobre la propiedad, remuneración o participación en los resultados derivados de dichos elementos.



Elaboración	<b>MCZ Abogacía</b>	Fecha: 25.03.2024
Revisión	<b>Nice House Brasil Conteúdo Digital LTDA.</b>	Fecha: 26.06.2024
Área de Interés	Compliance	Versión n. 01

### 13. COMITÉ DE ÉTICA

- I. **Nice House BR.** podrá crear un Comité de Ética, el cual será responsable de evaluar permanentemente la actualidad y pertinencia de este Código, así como determinar las acciones necesarias para la divulgación y difusión de los más altos estándares de conducta ética dentro de la empresa;
- II. Además, le corresponde asumir el juicio de casos de violación de mayor gravedad y aplicar las sanciones pertinentes a las infracciones del código;
- III. Mientras no se constituya el Comité, corresponderá al departamento de cumplimiento, acompañado de supervisión legal, el análisis de los casos de infracción a este Código;
- IV. Quien analice cualquier denuncia deberá mantener toda y cualquier información en absoluto sigilo y actuará de forma autónoma e independiente y finalmente, tendrá como principales atribuciones:
  - a. Divulgar y propagar todos los principios éticos de este Código;
  - b. Garantizar la eficacia en el cumplimiento de los principios éticos y demás reglas establecidas en este Código;
  - c. Actuar para esclarecer posibles dudas acerca de casos concretos y sobre la interpretación de este Código;
  - d. Incentivar y recibir sugerencias de mejoras y actualizaciones de las reglas de este Código y demás políticas eventualmente empleadas;
  - e. Recibir y averiguar de manera definitiva denuncias de sospecha de desvíos de conducta o comportamiento contrario;
  - f. Proveer y divulgar canales de comunicación para denuncias;
  - g. Eliminar y evitar el temor del denunciado y del denunciante derivado de una eventual denuncia, recordando que la empresa no permite represalias;
  - h. Aplicar o recomendar la aplicación de penalidades legales e internas derivadas de prácticas que impliquen el incumplimiento de este Código, de eventuales políticas y al responsable del acoso la pena disciplinaria correspondiente a la gravedad de su conducta, observando los principios de moderación y proporcionalidad;

Elaboración	<b>MCZ Abogacía</b>	Fecha: 25.03.2024
Revisión	<b>Nice House Brasil Conteúdo Digital LTDA.</b>	Fecha: 26.06.2024
Área de Interés	Compliance	Versión n. 01

- i. Intentar la mediación entre los protagonistas de la conducta contraria para la solución amistosa del conflicto, cuando sea posible.

#### **14. CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA**

- I. **Nice House BR.** espera que todos a quienes se aplica este Código adopten una conducta ética compatible con los valores y creencias de la empresa, siendo responsables de su cumplimiento íntegro;
- II. Son inadmisibles las acusaciones o informaciones comprobablemente falsas sobre mala conducta, sujetando al agente a las medidas disciplinarias derivadas de la ley y las normas de la empresa;
- III. El incumplimiento de este Código será analizado caso por caso y podrá ser considerado, dependiendo de las consecuencias de tal práctica, falta grave, según la legislación aplicable,

#### **15. SANCIONES**

- I. No se tolerará la práctica de actos o conductas contrarias a los valores y principios que guían el presente Código o que impliquen el incumplimiento de las directrices aquí establecidas, estando los infractores sujetos a las sanciones disciplinarias pertinentes;
- II. La reincidencia y el incumplimiento de los planes de acción trazados tras la debida orientación podrán acarrear medidas más extremas, llegando al despido del colaborador y a la ruptura del contrato en caso de terceros. La acción contra el infractor debe ser justa, razonable y proporcional a la falta cometida.