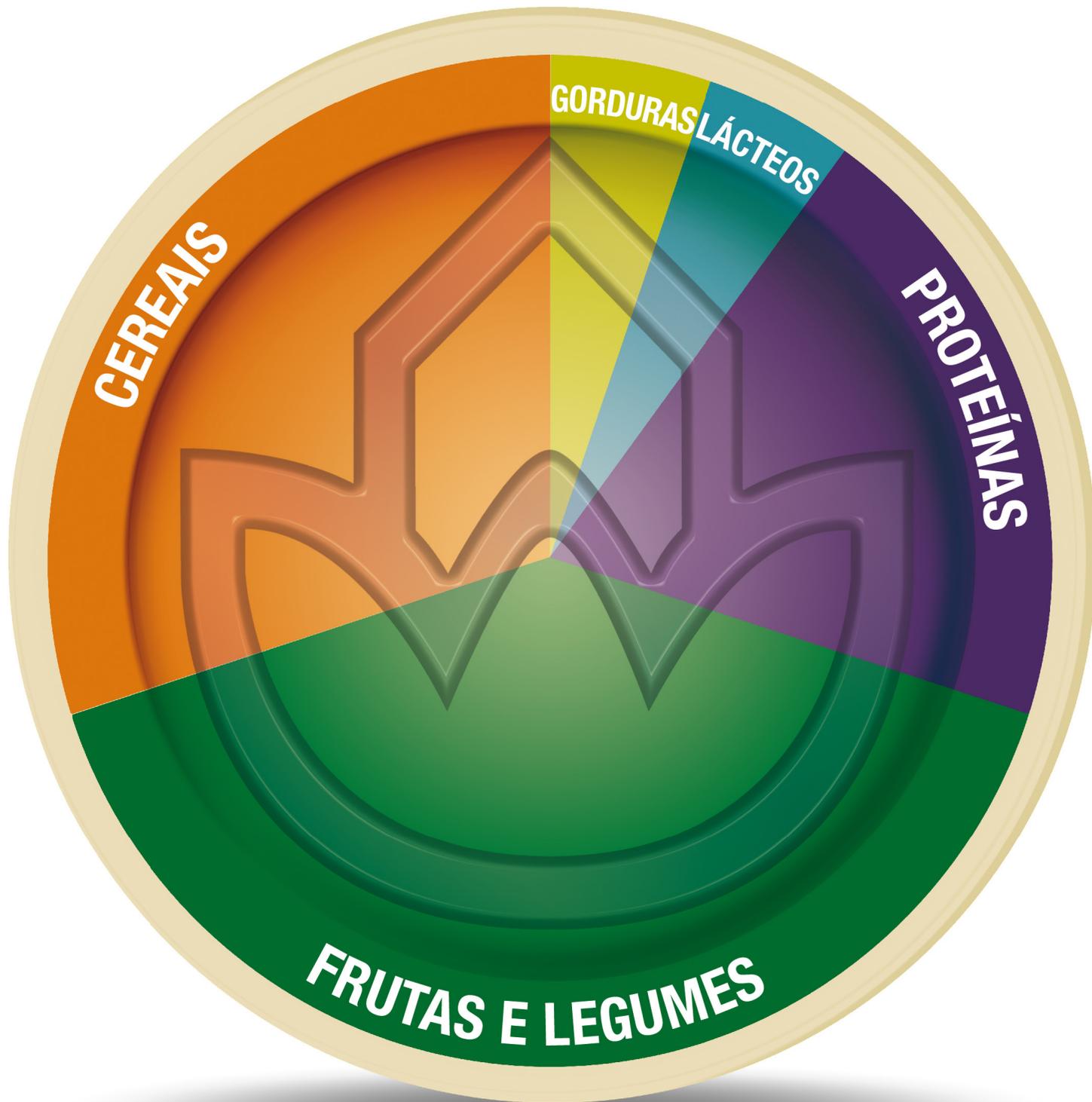




# NATUR HOUSE



**CÓDIGO ÉTICO**  
**NATURHOUSE HEALTH, S.A.**





## Carta do presidente

A nossa empresa cresceu de maneira gradual nestes 25 anos de trajetória na reeducação alimentar. Durante este tempo ultrapassámos múltiplas fronteiras que nos levaram a sentirmo-nos satisfeitos por conseguir o reconhecimento de clientes, franchisados, empregados e acionistas. Este feito exige que aumentemos o esforço em garantir que os princípios e os valores da Naturhouse continuem a ser a base sobre a qual se sustentam todas as decisões e linhas de atuação.

Como prova disso, nasce o presente Código Ético e de Conduta, que longe de ser uma mera sucessão de regras, tem por objetivo reforçar a cultura de cumprimento e contribuir de forma direta para orientar, todos os agentes com quem nos relacionamos, sobre qual é a postura ética e como aplicá-la no dia-a-dia.

Sei que conto com o apoio de todos os que somos Naturhouse para a sua correta aplicação e que conseguiremos assegurar o sucesso da nossa empresa de uma forma sustentável e responsável. Agradeço-vos desde já a garantia de fidelização a este Código, confio que ajudar-nos-á a todos a sentirmo-nos orgulhosos de trabalhar e fazer negócios nesta empresa, preservando o seu bom nome.

Atentamente;

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a light blue oval. The signature is stylized and appears to read 'Félix Revuelta'.

Félix Revuelta  
Presidente Fundador da Naturhouse Health, S.A.

## ÍNDICE

	Introdução.	05
1.	Finalidade. Objetivo .	09
2.	Âmbito de aplicação.	10
3.	Definição de pessoas obrigadas .	11
4.	Grupo societário .	15
5.	Princípios e valores .	16
6.	Outros códigos de conduta para aplicação interna .	18
7.	Princípios fundamentais de comportamento .	20
8.	Informação confidencial. Proteção da propriedade intelectual e industrial .	28
9.	Cláusulas contratuais .	31
10.	Órgão responsável pelo cumprimento .	32
11.	Cumprimentos obrigatório .	33
12.	Canal de consultas/denúncias .	34
13.	Sistema disciplinar .	36
14.	Formação .	36
15.	Revisão/atualização .	37

## INTRODUÇÃO

**“O CÓDIGO ÉTICO É O REGULAMENTO INTERNO DE MAIOR ALCANCE QUE ESTABELECE OS PRINCÍPIOS, VALORES E PAUTAS DE CONDUTA QUE DEVEM GUIAR O COMPORTAMENTO DE TODAS AS PESSOAS RELACIONADAS COM A EMPRESA NO DESENVOLVIMENTO DA SUA ATIVIDADE PROFISSIONAL E NA INTEGRAÇÃO DE TODO O COLETIVO NA CULTURA EMPRESARIAL”**

**Naturhouse Health, S.A.** ( na continuação “**Naturhouse**” ou “**A Sociedade**”), é um grupo empresarial internacional dedicado ao setor da dietética e nutrição, com um modelo de negócio próprio e exclusivo, baseado no “Método Naturhouse” que melhorou a qualidade de vida de mais de 5,5 milhões de pessoas exportando as melhores práticas de assessoria nutricional a todo o mundo. Conta com uma ampla gama de produtos naturais de elaboração própria e o seu próprio canal de distribuição. Os mais de 20 anos em reeducação alimentar e inúmeras histórias de êxito dos clientes da Naturhouse garantem este método como uma solução efetiva e única para a manutenção e o controlo de um peso objetivo.

A Naturhouse tem as suas origens na fundação da Kiluva, Grupo Familiar da Família Revuelta constituído em 1986. O seu fundador e atual presidente da empresa Don Félix Revuelta, após anos de experiência no setor da nutrição, observou que em Espanha havia um nicho de mercado importante para uma empresa focada no negócio da nutrição e nos produtos de origem natural, mas com umas características particulares; Uma assessoria de

qualidade que permite adaptar perfeitamente o produto e as pautas alimentares à expectativas e diferentes circunstâncias do cliente, fazendo da experiência de consumo um processo satisfatório. Hoje depois de mais de 20 anos, a Naturhouse conta com quase 2000 centros repartidos em 30 países do mundo e uma reconhecida imagem da marca a nível internacional.

A empresa foi crescendo em tamanho e presença, mantendo em todos os momentos uma atitude de melhoria contínua e um caráter proativo perante as mudanças que a realidade empresarial experiencia daqueles lugares onde desenvolve o seu Método.

No âmbito da sua obrigação e compromisso de vigilância e controlo das mudanças regulamentares e novas exigências do mercado, o Conselho de Administração considerando a reforma do Código Penal, levada a cabo pela Lei Orgânica 1/2015, de 30 de Março, que entrou em vigor no passado mês de Julho, o Conselho de Administração, com os relatórios favoráveis das Comissões Delegadas do Conselho, da Auditoria e de Nomeações e

Retribuições, acordou a aprovação e a implementação de um Sistema ou Programa de Prevenção de Delitos, que cumpra na sua integridade com os requisitos e condições estabelecidas no artigo 31 bis do Código Penal na sua atual redação, aumentando se possível, as exigências éticas atualmente existentes estabelecendo estritos modelos de organização e gestão com medidas de vigilância e controlo idóneos para a prevenção de delitos.

Considerando que a implementação de um Modelo de Prevenção de Delitos, requiere o desenvolvimento de procedimentos com a finalidade de criar/reforçar e difundir políticas internas e instaurar um enfoque de gestão de riscos integral, é necessário executar tarefas como a identificação dos processos em cujo âmbito podem ser cometidos os delitos a prevenir, identificação de riscos inerentes à atividade, avaliação e priorização dos riscos detetados, revisão dos atuais controles associados e proposta e início de um Plano de Ação, contando em todo o processo com a plena dedicação da Auditoria Interna e um compromisso a todos os níveis Organizativos.

O Conselho de Administração, na sua reunião celebrada no dia

10 de Novembro de 2015, assentou as bases que precederiam o desenvolvimento do modelo citado, em concreto, aprovaram-se as seguintes iniciativas:

- a. Confiar à Comissão de Auditoria, para que com a colaboração da Comissão de Nomeações e Retribuições e Direção da Sociedade e a responsável de Auditoria Interna da empresa, se inicie o processo para a implementação de um Modelo de Prevenção de Delitos, que inclui de maneira irrefutável a definição e difusão do Código de Ética da empresa como norma interna de maior alcance regulador de todos os aspetos e condutas.
- b. Atribuir os recursos que razoavelmente procedam para a aplicação e o impulso ao cumprimento dos regulamentos, de acordo com o plano de trabalho em desenvolvimento e os critérios que se considerem no seio da Comissão de Auditoria.
- c. Monitorizar mediante um sistema de Reporting de Auditoria Interna e reuniões periódicas de acompanhamento suficientes para velar pelo cumprimento do plano estabelecido e o alcance dos objetivos marcados sobre o cumprimento dos regulamentos.

Atualmente, a implementação do Modelo de Cumprimento resultou de um processo de revisão e reformulação dos regulamentos internos em geral e deste Código em particular, com o objetivo de dotar de consistência, sentido prático, força e finalmente, a realização do compromisso íntegro de todas as pessoas que fazem parte da empresa ou se relacionam com ela. A aprovação definitiva do presente Código Comissão de Auditoria celebrada à data de 22 de Julho, teve lugar a aprovação do texto definitivo do Código Ético, passível de revisão com caráter anual e de um Manual de Prevenção Legal que recolhe todos os esforços empresariais.



## I. FINALIDADE E OBJETIVO

O presente código ético de conduta constitui uma declaração expressa dos valores, princípios e pautas de conduta que devem guiar o comportamento de todas as pessoas do Grupo no desenvolvimento da sua atividade profissional, o efetivo cumprimento dos direitos humanos e laborais e a integração de todo o coletivo de pessoas, com a sua complexidade e diversidade, na cultura empresarial. Estes Regulamentos, têm por objetivo fundamental estabelecer um guia deontológico que sirva de pauta a todos os diretores, empregados em geral e a qualquer pessoa que colabore, preste serviços e se relacione ou esteja vinculada à Naturhouse e/ou ao seu Grupo, segundo se define posteriormente como “Pessoas Obrigadas”, com a finalidade de controlo e prevenção de qualquer tipo, qualquer que seja a sua natureza, ato ilícito penal ou fraudulento.

Neste sentido, através do Código Ético, a empresa procura principalmente:

- Difundir os valores, princípios e propósitos que regem a atividade da empresa com respeito pelos direitos humanos e sociais.

- Que todos os membros que trabalhem na empresa e/ou se relacionem com ela, devam de maneira obrigatória aceitar e aderir às práticas que se detalham no Código.

- Que todos os usuários possam exercer o princípio de diligência para a prevenção, deteção e erradicação de condutas irregulares, e contribuir assim para o processo de reflexão crítica e transformação dos valores da empresa, fazendo uso dos mecanismos necessários para manifestar quantas incompatibilidades surjam com o código ético e as leis. Para qualquer comunicação que corresponda ao presente Código foi ativada para o seu uso uma plataforma de denúncia (ver ponto 12), mediante a qual o Comité de Ética processará e atuará com quantas medidas sejam necessárias para dar resposta às denúncias que se realizem.

Estes regulamentos são efetivos a partir da data da sua aprovação pelo Conselho de Administração, momento no qual se procederá à sua comunicação às Pessoas Obrigadas e a instar a sua adesão expressa.

## 2. ÂMBITO DE APLICAÇÃO

São destinatários do Código Ético do Grupo todas as “Pessoas Obrigadas”, esta expressão inclui empregados que deverão conhecer e aceitar o seu conteúdo e obrigar-se ao seu cumprimento no momento da sua incorporação na Empresa, fornecedores, subcontratados, clientes, franchisados e aqueles terceiros que mantenham relações jurídicas ficarão amparados pelos princípios do presente Código enquanto lhes sejam de aplicação após aprovação pelo Conselho de Administração (Desenvolvemos os compromissos e exigências particulares com cada um deles no seguinte ponto 3).

Igualmente se aplicará a todas as empresas filiais que compõem o Grupo societário (Definimos o perímetro completo do ponto número 4 do presente Código) de e que se encontram estabelecidos nos diferentes países nos quais a sociedade opera, sem perjúrio de qualquer regulamento de âmbito territorial.

Se na prática surgir uma possível contradição ou discrepância entre esta normas e aquelas de âmbito territorial, com caráter prévio a qualquer atuação, será posto em conhecimento da Comissão de Auditoria que iniciará um procedimento de arbitragem, seguindo sempre o critério de aplicação do regulamento de caráter mais estrito.

### **3. DEFINIÇÃO DAS PESSOAS OBRIGADAS**

O conteúdo do presente código de conduta, será de aplicação a todos os grupos de interesse com os quais a empresa se relacione e com os quais mantenha um compromisso de integridade e boas práticas. Detalhamos que exigências implicam a aceitação do presente Código e que compromissos sociais empresariais implica para a Sociedade:

#### **I. EMPREGADOS/DIRETORES**

Todos os empregados independentemente do nível que ocupem hierarquicamente e a área do departamento a que pertençam, velarão pelo cumprimento da legislação e regulamentos vigentes no local onde desenvolvam a sua atividade e considerando todas as proibições expressas que compõem o presente regulamento. Por sua vez a Naturhouse estabelece políticas que apoiam a diversidade interna e o bem-estar de todos os níveis corporativos, através das seguintes práticas:

- Alcance do equilíbrio e a conciliação com o âmbito pessoal e familiar do empregado, estabelecendo as adequadas fórmulas de gestão dos recursos humanos que sejam requeridos.
- Planos formativos suficientes e adaptados às necessidades do pessoal e um compromisso constante do empregado consigo mesmo e com a Empresa dirigido a atualizar e aumentar a sua formação, a fim de alcançar o seu pleno desenvolvimento profissional e o alcance dos seus objetivos pessoais.
- Uma correta política de prevenção de riscos laborais e aporte dos recursos necessários para o seu cumprimento.
- Uma adequada informação sobre as melhores práticas, os valores, a missão e a importância da sua implicação no término da sociedade.

## II. REPRESENTANTES DA SOCIEDADE

As pessoas que atuem como representantes da Sociedade ou do Grupo em sociedades ou entidades não pertencentes ao mesmo verão os regulamentos deste Código e promoverão a aplicação dos seus princípios naquelas sociedades e entidades nas quais representem a sociedade.

## III. FORNECEDORES

A Naturhouse, S.A. tem estabelecidos critérios de seleção ótimos que garantem uma avaliação objetiva e transparente dos fornecedores objeto de contratação. Os principais aspetos que são tomados em consideração para alcançar padrões ótimos na prestação do serviço e/o produto, são os seguintes:

- Qualidade do bem adquirido ou do serviço recebido.
- Solvência técnica do fornecedor.
- Condições económicas mais favoráveis.

- Experiências prévias ou relações anteriores com a sociedade. Os critérios anteriormente citados, serão avaliados de forma comparativa solicitando tantas ofertas quantas sejam necessárias para alcançar a melhor contratação possível. A seleção final deve justificar-se de forma a garantir o cumprimento de uma avaliação objetiva e transparente.

Adicionalmente, este Código é de adesão obrigatória para as empresas que forneçam qualquer serviço, como garantia para a sociedade de um alinhamento de valores e compromissos que assegure uma relação transparente, verdadeira e baseada na honestidade e boas práticas. Em nenhum caso se dará primazia a aspetos de carácter pessoal de alguma das partes, como por exemplo:

- Está proibido receber comissões ilegais, subornos ou prémios/presentes que possam ser interpretados como algo que excede as práticas comerciais ou detalhe de cortesia. É obrigatória, portanto, a avaliação de aspetos que se contraponham a critérios objetivos de avaliação.
- Receber algum tipo de benefício de carácter pessoal, subjetivo ou familiar decorrente do processo de contratação e se desvie do objetivo da mesma.

#### **IV. CLIENTES**

A satisfação do cliente baseia-se no cumprimento dos seus objetivos relativamente a um peso saúde e reeducação alimentar. É por isso que a sociedade mantém um compromisso manifesto em cada relação com os seus clientes para preservar o seu bem-estar e um serviço de qualidade e ajudá-los a cumprir com as suas expectativas, como está definido no “Ideário Naturhouse” ou no “Decálogo de boas Práticas de Assessoria” irá garantir-se que a informação que o Grupo possui, derivada das relações com os seus clientes, fique devidamente protegida pela legislação sobre a proteção de dados de caráter pessoal tendo-se aplicado os meios suficientes para o seu total respeito e cumprimento.

#### **V. OUTROS GRUPOS DE INTERESSE**

Aquelas pessoas que além deste Código (devido a outros regulamentos, códigos, programas ou políticas de caráter sectorial ou derivadas, entre outros possíveis fatores, da legislação nacional dos países nos quais aquelas desenvolvem a sua atividade), lhes possam ser de aplicação outras normas, será estabelecida a adequada coordenação a fim de que tais normas, políticas ou sistemas, sejam congruentes com este Código. Em caso de dúvida sobre que norma deve ser observada, consultar-se-á a Comissão de Auditoria, seguindo-se sempre o critério da aplicação da norma mais estrita.



#### **4. GRUPO SOCIETÁRIO**

Como indicado, estes Regulamentos são de aplicação a todas as sociedades que integram o Grupo Naturhouse, sem exceção, por considerar-se que todas elas devem atuar em linha com os fundamentos do presente Código de maneira inevitável. A propósito destes Regulamentos, entende-se por Grupo Naturhouse, além da Naturhouse Health, S.A., todas as sociedades que, de acordo com o estabelecido no artigo 42 do Código de Comércio, estejam sobre controlo daquela.

À data destes Regulamentos, consideram-se em todo o caso integradas no Grupo as seguintes Sociedades:

- Housediet, S.A.R.L. (França).
- Naturhouse Franchising Co Ltd. (Uk).
- Naturhouse Inc (USA).
- Naturhouse SRL (Itália).
- Kiluva Portuguesa, Lda.
- Naturhouse S.A.S (França).
- Naturhouse Belgium S.P.R.L.
- Naturhouse GmbH (Alemanha).
- Zamodiet México S.A.de C.V.
- Naturhouse Doo (Croácia).
- Naturhouse, UAB (Lituânia).
- Naturhouse Canadá.

## 5. VALORES DA SOCIEDADE E PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

Os valores da Naturhouse baseiam-se no mais estrito sentido da responsabilidade e da ética. Estes dois aspetos integrantes da filosofia da sociedade, concretizam-se e materializam nas seguintes declarações:

- I. Impulso da cultura preventiva -“Tolerância Zero”
- II. Honestidade.
- III. Liderança.
- IV. Dinamismo.
- V. Excelência.
- VI. Cuidado das pessoas que trabalham connosco
- VII. Integridade e Eficiência

Estes valores refletem-se em práticas baseadas no [respeito às pessoas](#), ou seja, o respeito dos direitos humanos e laborais, estabelecendo o controlo suficiente para prevenir, detetar e erradicar incumprimentos dos direitos dos trabalhadores, incluindo a perseguição laboral, qualquer forma de discriminação ou emprego ilegal.

Reafirmam-se e ratificam os [princípios fundamentais](#) orientativos que presidiram as atividades da Naturhouse que, sem caráter exaustivo, se transcrevem de seguida, fazendo parte destes Regulamentos:

A missão da Naturhouse consiste na [reeducação dos hábitos alimentares](#) do cliente para ajudá-lo a alcançar o seu peso objetivo, um “peso saúde” e ensiná-lo a mantê-lo de maneira saudável ao longo do tempo através de novos hábitos introduzidos facilmente no seu dia-a-dia.

- O modelo de negócio baseia-se na implementação de um método próprio e diferenciado, o “Método Naturhouse”, que se aplica exclusivamente nos centros Naturhouse, sejam próprios ou franchisados. O chamado Método Naturhouse é o resultado do binómio de produto e assessoria que compõem a essência do modelo de negócio da Sociedade.

- Como princípio essencial do negócio e do Método Naturhouse, está estabelecido e assim se ratifica, que a Naturhouse atua no setor dos produtos dietéticos e educação alimentar, sem que em nenhum caso leve a cabo atividades relacionadas com produtos sanitários nem atividade sanitária em geral, de maneira que, entre outros aspetos, **em nenhum momento, assessora nem recomenda aos seus clientes ações sanitárias** ou de outra qualquer natureza que não circunscrevam a educação na manutenção de peso.

- Em relação a isso, considera-se particularmente relevante, a observância do “Decálogo NH de Boas Práticas na Assessoria Dietética” incluído no regulamento interno do anterior ponto 4.2.

- Todas as Pessoas Obrigadas têm o **compromisso no desempenho da sua atividade de contribuir no progresso social e meio ambiental** dos lugares nos quais a Sociedade ou o Grupo estão presentes.

- Todas as ações e decisões deverão respeitar o ordenamento jurídico e por consequência de um **processo reflexivo no qual se avaliem os possíveis riscos de incumprimento** de alguma das declarações anteriores de compromisso com os valores do Grupo e da Sociedade.

## 6. OUTROS CÓDIGOS DE CONDUTA INTERNOS DE APLICAÇÃO

### 6.1 Regulamentos de Boa Governação Empresarial:

A Junta Geral de Acionista e o Conselho de Administração da Naturhouse, conforme o caso, por ter entrado na bolsa, no passado mês de abril de 2015, aprovou os seguintes [Regulamentos e Códigos de Conduta Internos](#), que sobressaem dentro do regulamento do mercado de valores e recomendações sobre boa governação empresarial:

- Regulamento da Junta Geral de Acionistas.
- Regulamento do Conselho de Administração.
- Regulamento de Conduta do Mercado de Valores.



## 6.2 Outros Protocolos e Políticas de caráter Interno:

- **Protocolo de fidelização**, integrado por diretrizes de assessoria que estabelecem regras de como proceder nas visitas em função da fase em que se encontre o cliente, a frequência das revisões e técnicas de manutenção dos clientes, isto é, proceder à correta aplicação do chamado “Método Naturhouse”.
- **Guia de Montagem**, pelo qual se determinam e comunicam os fundamentos empresariais da imagem da Sociedade, através de diretrizes concretas sobre elementos, mobiliário, materiais, cores e demais aspetos que devem ser usados para transmitir o posicionamento eleito.
- **Ideário Naturhouse**. Trata-se da enumeração daqueles elementos de cumprimento obrigatório para alcançar o resultado ótimo e que devem acompanhar o desenvolvimento de toda a assessoria: Apoio motivacional, ingestão de cinco refeições diárias, potenciar a dieta mediterrânea, entre outros.
- **Decálogo Naturhouse de Boas Práticas na Assessoria Dietética**. Dez princípios inalienáveis que compõem o manifesto compromisso da Sociedade em cada relação com os seus clientes finais para preservar o seu bem-estar e um serviço de qualidade.

Entre estes Códigos, inclui-se um documento denominado “Aviso Legal”, contendo advertências em matéria de proteção de dados, cookies, propriedade intelectual, conteúdos e links e legislação e jurisdição. Estes regulamentos e códigos existentes, são considerados parte integrante do Código de Conduta da Sociedade e portanto, são igualmente de cumprimento obrigatório.

Se alguma pessoa, entender que há uma possível contradição relativamente a uma determinada circunstância ou ação entre estas normas e as existentes citadas, com caráter prévio a qualquer atuação, deverá comunicá-la ao Comité Ético da empresa através da plataforma de Denúncia habilitada para tal efeito (Veja-se o ponto 12 do documento) para que se proceda em consequência seguindo sempre o critério de aplicar a norma mais estrita.



## 7. PRINCÍPIOS BÁSICOS DE COMPORTAMENTO

É uma obrigação essencial para as Pessoas Obrigadas o dever de conhecimento e cumprimento da legalidade vigente aplicável à Sociedade e ao Grupo, com diverso nível de exigência quanto ao conhecimento, dependendo do nível de responsabilidade na organização.

Este dever inclui o conhecimento do presente Código, assim como a obrigatoriedade do cumprimento do regulamento e normas internas indicadas no anterior ponto 5, pois consideram-se documentos integrantes do mesmo.

É dever do Conselho de Administração e da alta direção da Sociedade velar para que as Pessoas Obrigadas recebam a informação mínima imprescindível para o conhecimento da legislação e normas internas que resultem de aplicação.



### 7.1 . Compromissos Gerais das Pessoas Obrigadas

Em modo ilustrativo, listam-se as práticas e ações que sob a lei vigente, se consideram, em todo o caso, proibidas de levar a cabo pelas Pessoas Obrigadas no desenvolvimento das suas atividades para a Sociedade ou para o Grupo:

- Proibição de práticas fraudulentas ou promessas enganosas.
- Proibição de beneficiar-se de possíveis oportunidades particulares.
- Proibição de subornos, corrupção e comissões ilegais.
- Proibição de fazer uso de informação interna para favorecer interesses particulares.
- Proibição de contribuições a partidos ou organizações políticas.
- Controlo de donativos a organizações beneficentes, patrocínios e colaborações.
- Proibição de branqueamento de capitais.
- Proibição de aceitar presentes ou convites no desempenho da atividade.
- No sentido contrário, proibição de oferecer presentes ou convites a terceiros.
- Garantia de independência dos empregados.
- Defender e proteger a reputação da Sociedade, sendo conscientes da nossa responsabilidade como embaixadores da marca e dos seus valores.
- Manejar de maneira adequada e cuidada a informação interna que nos é disponibilizada para o desempenho do nosso trabalho, especialmente quando seja de carácter sensível, estratégico ou confidencial.

## 7.2. Princípio Fundamentais Inerentes à Política de Contratação:

A política de compras da empresa, tem incorporados **princípios fundamentais que salvagam os interesses de todos os agentes** que intervêm no desenvolvimento da atividade de contratação, implementando os procedimentos e medidas adequadas para a identificação e resolução de possíveis conflitos de interesse.

Os princípios básicos da contratação serão os seguintes:

- **Fortalecer a transparência** e a não-discriminação, dando a todos os fornecedores a possibilidade de ter igualdade de oportunidades e num marco profissional honesto e aberto.
- **Promover o cumprimento rigoroso das condições contratuais**, da legislação vigente e do regulamento e procedimentos aplicáveis, além de cumprir com a obrigação de adesão ao presente código e dos regulamentos integrantes do mesmo.
- Promover uma política de relações estáveis a longo prazo, baseada na **exigência da máxima** qualidade e transparência.
- Velar para que os fornecedores proporcionem as **acreditações de qualidade** necessárias e que adiram de forma obrigatória ao presente documento como garantia de boas práticas nas relações profissionais.

### 7.3. Princípios Fundamentais da relação com os Clientes:

Relativamente aos clientes, a Sociedade compromete-se ao seguimento estrito das práticas que estão incluídas nos regulamentos e códigos existentes para garantir o aumento da fidelização, lealdade e compromisso do cliente com a Sociedade e o Grupo.

Em particular, em modo enunciativo, destacamos os seguintes compromissos fundamentais com os nossos clientes:

- **Confidencialidade e máxima proteção dos dados** que os clientes proporcionem à Sociedade.
- Tratamento próximo, **personalizado**, respeitoso e não-discriminatório.
- **Transparência** e adequada informação para a contratação.
- Adequada atenção **pós-venda**.

- Comunicar e comercializar os nossos produtos e serviços de uma forma honesta e ética, **evitando ações publicitárias enganosas**.

Cabe reiterar que os centros, sejam próprios ou franchisados, adquirem a obrigação de cumprir com os códigos e protocolos existentes, em particular, os indicados no ponto 5.2 do presente documento.

#### 7.4 Política Anti-Corrupção:

Os diretores e empregados, assim como qualquer pessoa externa que preste os seus serviços ao Grupo, nas suas relações com as Administrações Públicas nacionais, de países terceiros e de organizações internacionais, assim como com outros particulares, deverão comportar-se de tal modo que não induzam a um funcionário público, autoridade ou particular a violar os seus deveres de imparcialidade ou qualquer preceito legal.

**O presente Código mostra um compromisso com a rejeição absoluta em todos os níveis organizacionais de qualquer conduta de suborno e corrupção e de um cumprimento estrito da lei.**

Deste compromisso declarado, surgem as seguintes obrigações:

- A proibição absoluta de oferecer a qualquer funcionário público, autoridade ou particular, direta ou indiretamente, algum tipo de dádiva, retribuição de qualquer outra classe ou vantagem indevida, com o fim de violar as suas obrigações para favorecer qualquer empresa do Grupo. A proibição também se estende ao caso em que se atenda um pedido prévio de funcionário público, autoridade ou particular.

- A proibição de realizar qualquer tipo de comportamento ou atividade destinada a influenciar ilicitamente no comportamento de um funcionário público ou autoridade para que adote ou não adote uma decisão que possa favorecer qualquer empresa do Grupo.

- A proibição de receber, solicitar ou aceitar um benefício de qualquer natureza não justificado, com o fim de favorecer perante terceiros a quem lhe otorga o que espera do benefício ou vantagem incumprindo as suas obrigações.

Por fim, a sociedade não admite a realização de nenhum presente, convite ou atenção a autoridades, funcionários públicos ou particulares. Será sempre de aplicação obrigatória os ditames da presente política.

Para reforçar o cumprimento da política anti-corrupção, irá estabelecer-se um mecanismo de denúncia de forma a que os indícios de incumprimento que existam na Sociedade, sejam investigados nos termos que se detalham no ponto 12 e 13 do presente Código.

### 7.5 Compromissos com a gestão económica e os registos oficiais contabilizáveis:

Em relação à Lei 19/2013, de 9 de Dezembro, de transparência, acesso à informação pública e boa gestão e resto do regulamento aplicável à gestão e contabilidade da Sociedade, Naturhouse Health, compromete-se não só ao seu cumprimento, mas também à realização de todos os **esforços requeridos para refletir fielmente a sua situação financeira, económica e patrimonial de acordo com os princípios contabilizáveis geralmente aceites.**

Em concreto, a Sociedade, adquire um compromisso firme nos seguintes aspetos:

- Evitar a falta de honra e fiabilidade na comunicação da informação, aos empregados e diretores, às sociedades controladas, aos auditores (interno e externo), organismos reguladores, investidores ou meios de comunicação.
- Garantir os procedimentos de controlo suficientes sobre a informação financeira de forma a que se assegurem todas as transações, independentemente da sua natureza.

- Assegurar um adequado sistema de supervisão sobre os controlos da informação financeira, concluindo periodicamente sobre o seu desenho, implementação e eficácia operacional.

- A prevenção e a rejeição total de operações cuja finalidade seja o branqueamento de capitais de origem duvidosa, desconhecida ou ilícita.

- Estabelecimento de uma adequada segregação de funções na empresa que evite a comissão de fraude e outras práticas que contradigam o presente Código.

- Garantir a independência dos auditores, tanto internos como externos, de forma a que realizem o seu trabalho de maneira objetiva e sem possibilidade de surgimento de conflitos de interesse.

- A totalidade de todas as transações que pela sua tipologia, não pertençam ao ciclo corrente e tenham um carácter extraordinário, deverão contar com controlos de revisão específicos que identifiquem a causa ou a origem, os agentes que intervieram na sua aprovação e execução e que exista documentação de suporte suficiente e adequada.



## 8. INFORMAÇÃO CONFIDENCIAL. PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDUSTRIAL

É obrigação das Pessoas Obrigadas manter estrita confidencialidade e segredo da informação da Sociedade e do seu Grupo, não a revelando a terceiros nem aos empregados na medida em que estes não necessitem dela para o desempenho da sua atividade.

Estão igualmente obrigados a:

- I. Comunicar as supostas revelações de informação que cheguem ao conhecimento dos empregados
- II. Não utilizar e devolver a informação no término da relação com a Sociedade ou com o Grupo. Os suportes materiais - escritos, informático ou de qualquer outro tipo - de uma informação Privilegiada ou Relevante, terão caráter estritamente confidencial. Chegando a este ponto, proporcionamos as diretrizes para considerar uma informação com Privilegiada ou Relevante, tal como está estipulado no [Regulamento Interno de conduta nos Mercados de Valores da Sociedade](#).

· **Informação Relevante:** De acordo com o artigo 82.1 LMV, considerar-se-á Informação Relevante toda a informação cujo conhecimento possa afetar razoavelmente um investidor para adquirir ou transmitir valores ou instrumentos financeiros e por isso possa influenciar de forma sensível a sua cotização num mercado secundário.

· **Informação Privilegiada:** Em conformidade com o artigo 81.1 LMV, entender-se-á por Informação Privilegiada toda a informação de caráter concreto que se refira, direta ou indiretamente, a um ou vários Valores Negociáveis e Instrumentos Financeiros emitidos pela Sociedade que não tenham vindo a público e que, de fazer-se ou ter-se feito pública, poderia influenciar ou tenha influenciado de maneira apreciável sobre a cotização de tais Valores Negociáveis e Instrumentos Financeiros num mercado ou sistema organizado de contratação ou de instrumentos financeiros derivados relacionados com aqueles.

Em conformidade com o artigo 1.1 RD 1333/2005, considerar-se-á que a informação é de carácter concreto se indica uma série de circunstâncias que se dão, ou possa esperar-se razoavelmente que se dêem, ou um feito que se tenha produzido, ou que se possa esperar razoavelmente que se produza, quando essa informação seja suficientemente específica para permitir que se possa chegar a concluir o possível efeito dessa série de circunstâncias ou feitos sobre os preços dos Valores Negociáveis ou Instrumentos Financeiros correspondentes, ou no seu caso, os instrumentos financeiros derivados relacionados com aqueles.

Ainda assim, em conformidade com o mencionado artigo 1.1, considerar-se-á que uma informação pode influenciar de maneira apreciável sobre a cotização quando dita informação seja a que poderia ser utilizada por um investidor razoável como parte da base das suas decisões de investimento.

A estes efeitos, entende-se por Informação Confidencial, quando a informação técnica e comercial se refira a:

- Os produtos e métodos da Sociedade.
- Códigos, regulamentos e normas em geral do Grupo e portanto, entre outros possíveis, os referidos neste Regulamento e este próprio Código.
- Toda a informação contratual.
- Informação contável e económica da Sociedade e do Grupo.
- Relatórios internos sobre avaliações económicas, técnicas ou dos processos da empresa.
- Informação de carácter pessoal dos empregados ou de terceiros com os quais a Sociedade se relaciona.

Os procedimentos específicos para o tratamento de informação confidencial, os interlocutores e pessoas vinculadas em ditos processo e os riscos da não confidencialidade, vêm recolhidos igualmente no Regulamento Interno de conduta nos Mercados de Valores da Sociedade.

É obrigação essencial a proteção da Propriedade Intelectual e Industrial do Grupo, incluindo o Know-how ou conhecimentos não susceptíveis de inscrição, com obrigação de denúncia e de adoção de medidas para diminuir os danos, em caso de qualquer ato de violação destes ativos.



## 9. CLÁUSULAS CONTRATUAIS

Será promovida de forma adaptada e quando se proceda, à inclusão de cláusulas contratuais relativas ao cumprimento ético (Especial referência aos contratos de franquia, master franquia e ordinário), em todos os contratos com terceiros, tais como:



- **Conhecimento e aceitação do Regulamento Interno** (Vejam-se os pontos 5 e 6 do presente documento) que lhe sejam de aplicação e do próprio Código Ético como regulamento de referência. Adesão expressa ao mesmo por parte dos intervenientes na relação contratual.
- **Igualdade e não discriminação das relações contratuais.** O pessoal responsável pela contratação estabelecerá um sistema objetivo de avaliação técnica e económica das diferentes ofertas.
- Assegurar um enfoque de **Responsabilidade Social** Corporativa, fomentar a contribuição ativa e voluntária à melhoria social, económica e ambiental.
- **Prevenção de riscos.** Os acordos assinados com terceiros devem atuar como controlos eficazes que regulem o processo de contratação minimizando futuros impactos negativos sobre a atividade.

## **10. ÓRGÃO RESPONSÁVEL PELO CUMPRIMENTO**

A função de controlar a implementação, o desenvolvimento e o cumprimento do Programa ou Sistema para a Prevenção de Delitos da empresa é competência do órgão interno de controlo designado para tal efeito, isto é, do Comité Interno de Ética, sem prejuízo do anterior, designa-se a **Comissão de Auditoria, através da figura do Auditor Interno, como órgão com poderes autónomos de iniciativa e de controlo, encarregado de supervisionar o funcionamento do dito sistema** e do presente Regulamento.

**Corresponde igualmente ao Comité Interno de Ética informar sobre as irregularidades detetadas no funcionamento do Modelo de Prevenção e oferecer propostas de atuação** à Comissão de Auditoria, de quem depende, pois é o órgão com faculdade sancionadora, incluindo o estabelecimento de medidas cautelares se forem necessárias. A última aprovação destas atuações ficam a cargo do Conselho de Administração.

O Comité Interno de Ética, quando o considere pertinente, poderá levar a cabo investigações se tem indícios para isso, para o que se designará a um instrutor externo que deverá praticar as diligências e atuações pertinentes com a máxima celeridade e, nesse caso, adotar medidas cautelares se for necessário. O procedimento será levado a cabo com a máxima confidencialidade, e em todo o caso, o afetado deverá ser ouvido.

## II. CUMPRIMENTOS OBRIGATÓRIOS

Estes Regulamentos são efetivos a partir da data da sua aprovação pelo Conselho de Administração, sendo de cumprimento obrigatório por parte das Pessoas Obrigadas, até ao momento em que sejam conhecidas por estas.

Estes efeitos, serão comunicados às mesmas pelos canais internos da Sociedade, através da web corporativa e mediante o envio por correio eletrónico a todos os responsáveis do departamento e diretores gerais das filiais. Adicionalmente, irão estabelecer-se mecanismos adequados para conseguir a adesão ao Código por parte das Pessoas Obrigadas, através da sua aceitação expressa como anexo a assinatura das relações contratuais com a Sociedade.

A Comissão de Auditoria desenvolverá estes Regulamentos, podendo modificá-los, alterá-los ou retificá-los. Igualmente a Comissão através da delegação de funções ao Auditor Interno e/ou ao Comité Ético, velará para que o conteúdo do Código se atualize conforme as mudanças relevantes, de forma a que não perca a sua eficácia ao longo do tempo como regulamento de primeira categoria da empresa.



## 12. CANAL DE CONSULTAS/DENÚNCIAS

Com a finalidade de dar cumprimento ao previsto neste Código, cria-se um Canal de Denúncias e/ou Consultas que permitirá às Pessoas Obrigadas, comunicar de forma confidencial e altamente segura, os feitos ou atos que suponham o incumprimento deste Código ou qualquer outra irregularidade que possa implicar um alto risco para a empresa ou realizar consultas para resolver questões relacionadas. Esta denúncia chegará diretamente à figura denominada Oficial da Gestão do Canal Ético, na qualidade de advogado externo, autónomo e independente da Sociedade.

O Oficial de Gestão deverá informar o Auditor Interno e o Comité Ético sobre todas aquelas questões que requeiram ações imediatas, estabelecendo um filtro de confidencialidade que assegure uma máxima proteção da identidade do denunciante.

Garante-se assim o tratamento confidencial da informação recebida e a identidade do denunciante, Naturhouse Health compromete-se firmemente que não haverá represálias por ter denunciado as irregularidades e ter participado no processo de investigação no caso de assim ter sido requerido.

Este Canal de Denúncias está destinado a comunicar irregularidades relacionadas com todos os aspetos contemplados neste Código, seja qual for a sua natureza.

As denúncias deverão efetuar-se por escrito, identificando-se o denunciante e anexando o comprovativo do feito denunciado, mediante o preenchimento de um formulário disponibilizado aos usuários no seguinte link:

<http://canal-etico.net/naturhouse/>

A política de uso, normas do canal de denúncias e outra informação relevante para o entendimento do sistema, encontram-se à disposição dos usuários na própria plataforma web que atua como suporte do sistema de denúncia.

Confia-se ao Comité de Ética e ao Presidente da Comissão, receber e tramitar as comunicações que os usuários realizem no Canal de Denúncias para a sua resolução, estabelecer os procedimentos de controlo necessários e informar a Comissão de Auditoria sobre como proceder em relação ao denunciante/denunciado. Finalmente, será a Comissão de Auditoria quem determina a abertura de um procedimento sancionador, que será aprovado, no seu caso, pelo Conselho de Administração.

As denúncias serão analisadas, investigadas e reportadas à Comissão de Auditoria e ao Auditor Interno, ao qual lhe foram designadas competências suficientes e adequadas para **supervisionar que o procedimento se executará conforme o compromisso formalizado** nos Regulamentos de Uso. Assim, as partes implicadas na denúncia ficarão devidamente informadas sobre tudo o que respeite ao sucesso e respeitando em qualquer caso a confidencialidade do sistema e a absoluta proteção dos usuários que o utilizem.

### **13. SISTEMA DISCIPLINAR**

O incumprimento deste Código dado o seu caráter obrigatório e em geral dos protocolos ou controlos aprovados e implementados que se recolhem no mesmo, terá necessariamente a consequência disciplinar, proporcional e dissuasiva da comissão de atos fraudulentos, não éticos ou criminais que contradigam algum dos pontos especificados.

A violação do conteúdo, pode comportar (segundo o caso e as conclusões que derivem da investigação e que determine em última instância a Comissão de Auditoria) a abertura de expedientes disciplinares à Pessoa Obrigada, de acordo com a adoção das ações legais aplicáveis contempladas no Estatuto dos Trabalhadores vigente.

### **14. FORMAÇÃO**

A Comissão de Auditoria, em apoio ao Comité de Ética da empresa e com o suporte da figura de Auditoria Interna, arbitrará as [medidas e/ou recursos necessários para garantir uma adequada formação e informação das Pessoas Obrigadas](#) pelo presente Código, a fim de permitir e facilitar o cumprimento do Modelo de Prevenção da empresa e prestar a colaboração que o mesmo requeira para alcançar uma cultura de cumprimento de êxito.

## 15. REVISÃO/ATUALIZAÇÃO

Estes regulamentos, assim como todos os documentos que fazem parte do [Manual de Prevenção Legal da Naturhouse](#), deverão ser objeto de verificação periódica mediante procedimentos de atualização. A sua eventual modificação seguirá uma idónea adaptação à realidade da empresa, em especial, quando se manifestem infrações relevantes das suas disposições, ou quando se façam mudanças na organização, na estrutura de controlo ou na atividade desenvolvida que a torne necessária. A periodicidade de atualização será no mínimo anual, sem prejuízo do que se disponha eventualmente e para responder a necessidades concretas da Comissão de Auditoria e em delegação de funções à responsável de Auditoria Interna.



