

# PROGRAMA

TRANSPARÊNCIA 100%

Full Disclosure

## 1- POLÍTICA GERAL DE TRANSPARÊNCIA

ICROP TECNOLOGIA S/A ..... P.03

## 2- POLÍTICA TRANSPARÊNCIA 100% DO DEPARTAMENTO

ESTRATÉGIA E COMERCIAL..... P.06

## 3- RESUMO DA POLÍTICA DE TRANSPARÊNCIA 100%

ESTRATÉGIA E COMERCIAL..... P.14

## 4- NÚCLEO COMUM DE COMPROMISSOS COM A POLÍTICA DE TRANSPARÊNCIA 100%

### DO DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

NÚCLEO COMUM A TODOS OS DEPARTAMENTOS..... P.16

## 5- DECLARAÇÃO INDIVIDUAL DE COMPROMISSO – TRANSPARÊNCIA 100%

ESTRATÉGIA E COMERCIAL..... P.19

## 1- POLÍTICA GERAL DE TRANSPARÊNCIA 100% ICROP TECNOLOGIA S/A

O objetivo de uma política de transparência é diminuir a assimetria nas informações a todos os Stakeholders e principalmente à gestão. O processo de Disclosure deixa os gestores mais responsáveis com a apresentação de resultados, informações e dissemina essa cultura em toda organização de forma a reduzir o risco corporativo como um todo.

De maneira bem simples, podemos afirmar que temos três tipos de riscos que a empresa tem como mitigar: o risco legal e normativo, o risco estratégico e o risco operacional. Além disso, existem os riscos externos inerentes ao mercado, sobre os quais não se tem controle.

A elaboração dessa política de “Transparência 100%” considerou o modus operandi da ICROP TECNOLOGIA S/A, seus processos, sistemas de gestão, sua cultura e seus valores. É algo que deve ser pautado pelos princípios internos e externos, porém, a construção é de dentro para fora. A base de toda a política de “Transparência 100%” se apoia na Cultura da Transparência e Prestação de contas, Comunicação Eficaz, Conformidade Legal e Auditoria. Esses itens foram a base para elaboração desse documento de diretrizes gerais.

Quando se fala em Conformidade Legal, requisito básico de um programa de Compliance, a empresa deve ter conhecimento das exigências a serem cumpridas nas mais diversas áreas de atuação da empresa, objetivando evitar violações, implicações e mitigar riscos operacionais, bem como de imagem e de reputação.

Não é objetivo do programa de “Transparência 100%” adequar a empresa às normas e procedimentos legais de cada país, mas sim, implantar a cultura da segurança das informações desde a sua geração, registro, responsabilidade com a prestação de contas e disponibilidade para auditoria. Riscos devem ser abordados e ajustados como parte do processo, não como objetivo final. Aspectos comportamentais e éticos estão na base da política de “Transparência 100%”

Dentre os valores declarados pela ICROP TECNOLOGIA S/A a HONESTIDADE é inegociável. Logo, ela deve estar refletida nos relatórios da empresa e na forma como todos os processos são conduzidos, independente de cargo ou função. Assim temos o primeiro item da política de “Transparência 100%”: Propósito.

### 1. Propósito

Cada departamento deve ter clara a importância da transparência na divulgação completa de suas informações. Não devemos nos ater apenas a relatórios, mas, a fatos que estão em desacordo com a empresa, com a cultura, com seus valores ou mesmo que possam causar algum risco devem ser reportados de imediato.

Cada colaborador/ funcionário deverá assinar uma declaração de compromisso com o propósito de “Transparência 100%” no trato das informações da ICROP TECNOLOGIA

S/A. Uma apresentação individual deverá ser feita a cada um explicando todos os pontos dos documentos e sua relevância para empresa.

## 2. Abrangência do Transparência 100% “Full Disclosure”

Todas as informações da empresa fazem parte da política de “Transparência 100%”, relatórios operacionais, financeiros, demonstrações contábeis, relatórios de prestação de contas de cada departamento, alimentação de dados nos sistemas, informações de dados de clientes, proposta/venda comercial (incluindo todos os detalhes de fechamento). Em síntese, cada documento entregue ou escrito tem o compromisso com a veracidade dos fatos e pode ser auditado a qualquer instante.

Essa política deve nortear também as relações com as demais partes interessadas, clientes, fornecedores e parceiros comerciais, sempre resguardando informações confidenciais e estratégicas da ICROP TECNOLOGIA S/A.

## 3. Canais de comunicação e diretrizes de divulgação

Por princípio todo sócio/funcionário tem o compromisso em ser um guardião da política de “Transparência 100%”. A ICROP TECNOLOGIA S/A tem os programas de Partnership e Mandando Bem que têm seus resultados mensurados por comportamento e metas. Desde o estabelecimento de metas individuais ou coletivas, esses devem estar amplamente divulgados e seu acompanhamento registrado nos sistemas de controle da empresa.

### 3.1. Comunicação interna

A divulgação da política de “Transparência 100%” deve ser ampla e adaptada a cada meio que se apresente: site, sistemas de gestão, materiais impressos, treinamentos ou mesmo aplicativos.

### 3.2. Comunicação externa

A ICROP TECNOLOGIA S/A deverá manter em seu site um canal específico de **Relações Institucionais** em seu site para divulgação de conteúdos que possam interessar os Investidores. Esse canal deve conter informações estrategicamente escolhidas de forma a mostrar que a empresa tem gestão, governança, planejamento e está em franca expansão internacional. Por esse motivo cada colaborador/sócio dever ter a plena ciência de que suas informações registradas em sistema transpassarão o ambiente corporativo interno da ICROP TECNOLOGIA S/A e que a responsabilidade com o input de dados é imensa.

## 4. Proteção de informações confidenciais

Devemos cuidar de nossas informações, agir de acordo com a LGPD e ainda atender o disposto na ABNT NBR ISO/IEC 27001:2013 que versa sobre a segurança da informação bem como o disposto na ABNT NBR ISO/IEC 27002: 2013 - Código de Prática para controles de segurança da informação que estipula melhores práticas para apoiar a implantação do SGSI, com diretrizes para práticas de gestão de segurança da informação

e normas de segurança da informação para as organizações, incluindo a seleção, a implementação e o gerenciamento de controles, levando em consideração os ambientes de risco da segurança da informação da organização.

Todos os funcionários e sócios devem estar cientes da lei de LGPD e de suas implicações. Importante lembrar que a lei fala da proteção de dados seja no meio físico ou digital. Qualquer dado pessoal que seja utilizado nas operações, deve-se observar por exemplo: coleta, produção, recepção classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração.

## 5. Conformidade regulatória

Não somente restrito à LGPD, mas, a todas as regulamentações legais que cada setor possa estar exposto em suas operações. É preciso que cada área conheça o arcabouço legal ao qual está submetida. Publicações, elaboração de documentos, prestações de contas, entre outros aspectos. Cabe ao gestor deixar isso bem claro no momento de construção / revisão da política de “Transparência 100%” e do atendimento aos mecanismos de *Compliance* a medida em que foram implantados/atualizados.

## 6. Responsabilidade da Informação

Cada divulgação de informação, de qualquer natureza, dentro ou fora do ambiente corporativo que envolva as operações, prestação de contas, relacionamento comercial e institucional, por mais simples que seja, deve estar em conformidade com nossa política de “Transparência 100%”. A responsabilidade e compromisso para com a veracidade das informações é de cada agente divulgador tendo como corresponsável seu superior imediato. Ressalta-se a importância em evitar conversar sobre questões estratégica e comerciais em locais públicos.

Cada funcionário ou sócio deverá ter o compromisso com a informação no momento em que for divulgada. Cada congresso ou evento externo, que envolva apresentação em nome da ICROP TECNOLOGIA S/A deve ser enviada para validação na área de marketing ou, em sua ausência, no mínimo ao Head da área para validação formal.

Documentos e informações oficiais da empresa não devem ser transmitidos via whats app ou outro aplicativo de mesma finalidade. A ICROP TECNOLOGIA S/A exige que as informações / relatórios / solicitações / compartilhamento de dados / requisições / contratos / propostas comerciais etc. devem ser transitados preferencialmente no ambiente corporativo por e-mail ou em plataformas certificadas pela empresa.

Cabe ao comitê de Ética e Conduta avaliar casos que sejam detectadas desconformidade com as informações prestadas, sua extensão e instauração de processo interno quando necessário for.

## 7. Auditorias

O processo de auditoria deve ser constante para monitorar e avaliar a conformidade das informações divulgadas com a política de “Transparência 100%”. As auditorias interna e

externa devem produzir pareceres como resultado de suas avaliações de documentos bem como da análise de exposição ao risco dos setores e da empresa como um todo. Sem auditoria o processo de “Transparência 100%” fica comprometido, por não validar as documentações e relatórios e por não permitir uma melhoria contínua no processo ao identificar falhas e novas oportunidades.

Todo sócio/colaborador deve estar ciente que seu trabalho poderá ser auditado a qualquer instante, existindo ou não aviso prévio para isso.

### **8. Revisão, atualização e abrangência**

Essa política de “Transparência 100%” deve ser revisada pelo menos a cada dois anos de forma a se adaptar à realidade da empresa e ao mercado. Importante ressaltar que esse documento versa de maneira geral sobre o compromisso máximo com a prestação de contas e divulgação de informações por parte dos funcionários/sócios e parceiros da ICROP TECNOLOGIA S/A. Quando falamos em proteção de dados e atendimento às normas internacionais, consideramos que estamos aprimorando nossos procedimentos constantemente, o que nos direciona a de buscar informações adicionais regulatórias em cada país onde teremos operações.

## **POLÍTICA DE TRANSPARÊNCIA 100% ESTRATÉGICA E COMERCIAL**

### **ESTRATÉGICA E COMERCIAL**

Quando se fala em criação de diferenciais competitivos, é preciso uma verdadeira integração de estratégias comerciais e de posicionamento de mercado. O departamento de Estratégia está dividido em três áreas: Comercial, Novos Negócios e Marketing.

Um dos pilares de sucesso da ICROP TECNOLOGIA S/A está área comercial. Esse departamento está dividido em quatro setores internos de atuação: Gestão da Irrigação e novos negócios, Gestão Corporativa, Gestão de Projetos e Gestão Internacional.

Dentre todas as áreas citadas, a que deu origem à ICROP TECNOLOGIA S/A e que representa o maior faturamento da companhia é a Gestão da Irrigação. A medida em que a empresa foi crescendo, as áreas e os setores foram se estruturando.

O processo de Transparência 100%, “*Full Disclosure*”, parte da geração de dados até sua transformação em informações confiáveis que representem com a maior fidelidade possível a realidade informada nos relatórios de gestão. Trazendo para a realidade do departamento de estratégia, temos diferentes níveis de amadurecimento e organização dos processos nos setores. Independente do estágio que esteja, não abrimos mão do compromisso com a veracidade das informações prestadas em todas as áreas. A seguir apresentamos a divisão do departamento de estratégia em 9 partes para que em conjunto visam dar mais transparência a todos os processos.

- (I) Controles Internos
- (II) Inteligência Comercial e Indicadores
- (III) Gestão da Irrigação
- (IV) Gestão Corporativa
- (V) Gestão de Projetos
- (VI) Gestão Internacional
- (VII) Novos Negócios
- (VIII) Marketing
- (IX) Auditorias e modus operandi

A seguir apresentaremos cada um dos tópicos e discorrermos sobre a sua importância para o processo de Transparência 100%.

### **(I) Controles Internos**

O ponto de partida para Controles Internos do Comercial é a elaboração dos Procedimentos Operacionais Padrão – POPs de todas as áreas do departamento. Por terem sido estruturadas em tempos diversos, temos diferentes realidades em relação aos POPs nas áreas do departamento de estratégia. Independente de como cada área esteja, todas elas ainda têm POPs por produzir, seja para atender um processo atual ou quando necessário for para novas demandas.

Dentro do departamento comercial temos quatro áreas. Gestão da Irrigação, por ser o embrião da empresa, é uma área que está extremamente organizada e controlada, possui POPs devidamente implantados e registrados e KPIs bem definidos e monitorados. Gestão Corporativa é uma área também bem estruturada, possui alguns POPs, porém, tem ainda que escrever para padronizar mais procedimentos. Quando se fala em Gestão Projetos ainda há muito por fazer em termos de implantação e registro de processos. A área internacional é recém-criada e também carece de estruturação de procedimentos.

O departamento de Marketing tem boa parte de seus controles internos padronizados e os POPs estão em elaboração. Existe um sistema de controle de fluxo de trabalho que acabou por padronizar muitos processos.

O departamento de Novos Negócios está em processo de elaboração do POPs, justamente por ser um departamento novo, entretanto existe um padrão operacional bem definido nas atividades que são executadas conforme visualmente descrito nas ferramentas que utilizamos para a aplicação das metodologias como por exemplo o Jestor (Kanban) para o SCRUM e o FEEDZ.—As entregas principais são feitas trimestralmente e são medidas em cada Sprint de quinze dias, com reports semanais e um Sprint Review ao final.

O objetivo do departamento de Estratégia como um todo, em relação aos POPs é trabalhar para que todas os seus departamentos e áreas tenham os Procedimentos Operacionais Padrão – POPs escritos e que as operações possam ser também

monitoradas em relação à sua proposta. Temos como meta já disponibilizar os POPs e o departamento para auditorias internas a partir do ano de 2024.

### Nossa política (para todas as áreas)

Não deixar nenhuma atividade principal sem Procedimento Operacional Padrão escrito e devidamente implementado. Atualizar ou escrever novos POPs sempre que necessário. Capacitar novas contratações a partir de POPs existentes. A área deve ter seus procedimentos organizados e prontos para serem auditados.

### (II) Inteligência Comercial e Indicadores

O departamento comercial desenvolveu ao longo dos anos uma metodologia própria e bem eficiente na gestão de resultados na área. Esse trabalho resultou em uma inteligência comercial que está pronta para atender as outras áreas comerciais. Hoje ela está mais focada na área de gestão da irrigação. As áreas Corporativo, Projetos e Internacional estão em fase de implantação da ferramenta, que já conta com uma versão em inglês.

A inteligência comercial acompanha desde o processo de pré-venda passando por todo o funil até a geração de propostas. De forma complementar, existe uma integração da inteligência de vendas com o departamento de Novos Negócios para a comercialização de novos produtos.

A geração de indicadores acontece dentro da plataforma de inteligência comercial. Todos os dados lançados passam por um processo de tripla checagem antes de serem divulgados.

### Nossa política:

Qualquer lançamento de dado deve ser conferido antes de ser lançado no sistema. Realizar tripla checagem da informação para que seja que a mesma possa ser divulgada nos relatórios de gestão da área disponíveis à direção da empresa.

### (III) Gestão da Irrigação

Nosso serviço principal é a gestão da irrigação. Desde a fundação da empresa, a Gestão da Irrigação tem se aprimorado ano após ano em desempenho de vendas, organização e gestão. É um processo de melhoria contínua que é responsável pela principal receita da ICROP TECNOLOGIA S/A.

A área cuida das vendas das sete unidades regionais. Acompanha renovação de contratos, novas prospecções e a eficiência da conversão de vendas. Existe uma integração implantada para que o ERP de gestão da ICROP TECNOLOGIA S/A reflita em tempo o lançamento de contratos fechados para que o financeiro possa realizar as devidas cobranças.

Faz parte das atividades da área, uma ação comercial anual desafiadora que é organizada e conduzida de forma bem motivacional, pois valoriza a competição sadia entre equipes

e o foco na busca de resultados. Devido a essa ação comercial, a empresa tem batido recordes recorrentes de vendas.

#### Nossa política:

Aprimorar nosso processo de vendas constantemente. Trabalhar para que o resultado comercial de cada unidade de negócio seja superior ao do ano anterior em faturamento, redução de despesas e resultado líquido. Administrar a gestão de contratos e resultados diariamente no ERP da empresa e no software de Inteligência Comercial.

#### (IV) Gestão Corporativa

Voltada para clientes *corporates*, grandes empresas do setor. Apesar de vender Gestão da Irrigação, como a outra área, seu foco está justamente em uma relação B2B com empresas maiores. Como o cliente é diferente, a área trabalha desde a prospecção de clientes até fechamento e renovação de contratos. Estabelece metas, acompanha faturamento, distribuição nas unidades e se os resultados estão dentro do planejado.

Área bem estruturada em termos de documentação e com uma operação bem organizada. O processo de escrita dos Pops da área está em andamento. A área também acompanha a qualidade das operações. Qualidade interna e do que é entregue aos clientes de forma padronizada e assertiva se ajustando às demandas dos clientes em termos de relatórios exigidos.

A qualidade medida pelo departamento NUEX está mais voltada ao B2C, enquanto toda a qualidade na Gestão Corporativa é feita baseada em parâmetros internos. Futuramente, o NUEX vai abranger também os clientes corporates.

A entrega B2C é diferente da entrega B2B. A parte de qualidade é abordada de forma diferente entre esses dois tipos de clientes. A abordagem do IEX do B2C também é diferente do B2B. Os clientes corporativos também obedecem aos padrões de classificação do NPS: cliente detrator, neutro e promotor. Existem duas divisões dentro da área de Gestão Corporativa, são elas: qualidade de operações e comercial. Importante destacar que a qualidade das entregas internacionais *corporate* também é feita dentro da área.

O atendimento ao cliente valoriza a promoção da sustentabilidade na ponta final. As empresas clientes utilizam dois *scouts*, um de irrigação efetiva e outro de estresse hídrico. Em conjunto esses dois mostram a eficiência do processo na utilização da água, economia de energia e bons resultados. Semanalmente monitores esses dados junto aos nossos clientes.

Os relatórios gerados pela área também passam por uma dupla checagem de informações antes de serem enviados.

#### Nossa política:

Qualidade na entrega dos serviços ao cliente é algo inegociável. Renovar a totalidade dos clientes em carteira. Aumentar constantemente o número de contratos. Atender as

especificidades de relatórios exigidas pelos clientes. Promover a sustentabilidade em todos os contratos. Realizar dupla checagem de informações para que os relatórios sejam emitidos, tanto para os clientes quanto para a gestão.

#### (V) Gestão de Projetos

Responsável por desenhar os layouts de novos projetos e expansão dos projetos atuais, isso inclui toda a parte aérea, subterrânea, e equipamentos necessários em cada caso. Atua em clientes já possuem ou não um sistema de irrigação e trabalha especificadamente com designers de projetos para otimização de áreas e resultados.

É uma área comercial que gera receita para a companhia devido aos projetos. Trabalha com três inputs de dados de prospecção. Primeiro input vem da área comercial da gestão da irrigação e novos projetos, que naturalmente demandam devido à ampliação de área. O segundo input vem da própria área de projetos que fazem prospecções ativas, agendando e visitando a fazenda de novos clientes. O terceiro input está nas próprias unidades regionais de negócio, que vendem o serviço de projetos da área baseado em um acordo comercial previamente estabelecido entre Unidades Regionais e Gestão de Projetos. Um quarto input é o próprio cliente ser impactado por alguma mídia e entrar em contato.

A gestão financeira da área é feita por meio do Sankya, pois, todos os projetos que são fechados estão lançados valores orçados, realizados, receitas e despesas. Portanto, uma projeção de fluxo de caixa é gerada para os próximos meses. O controle de gestão interno está se estruturando nos mesmos moldes do que é utilizado no controle da gestão da irrigação.

Entregar o melhor layout para instalação para que seja realizada a compra dos pivôs e concomitantemente, a melhor cotação com as revendas buscando melhor custo / benefício.

Existe um padrão a ser executado de acordo com uma “esteira” de projetos que são as etapas de execução do trabalho contratado. Portanto, a gestão é feita desde os inputs de entrada dos projetos, passando pela esteira de saída. Os projetos devem fazer parte do acompanhamento por parte do departamento NUEX.

#### Nossa política:

Estar atento às necessidades dos nossos clientes e atuar ativamente na proposição da expansão dos serviços ofertados. Trabalhar para que cada cliente ainda sem irrigação possa ter nosso sistema implantado. Entregar o melhor layout custo/benefício para o cliente. Ter na prospecção a mola propulsora da ampliação de atuação do nosso departamento. Atender com excelência e proatividade.

#### (VI) Gestão Internacional

É uma área que começou a ser ativada no início de 2023. Com KPIs e metas de venda inicialmente estabelecidas para a África. O estágio atual da Gestão Internacional ainda

carece de muito planejamento de acordo com as estratégias da empresa e estruturação dos procedimentos operacionais.

### Nossa política:

Atender às demandas comerciais de cada país onde atuamos. Gerenciar equipes e adaptar a cultura da ICROP TECNOLOGIA S/A à cada realidade.

### (VII) Novos Negócios

Além da atuação direta na irrigação, a ICROP TECNOLOGIA S/A busca novos negócios correlatos como uma fonte de expansão de atuação e de geração de receitas e resultados. Por esse motivo foi criado o departamento de Novos Negócios.

Esse departamento de novos negócios, novos produtos, almeja desempenhar um papel crucial na identificação, desenvolvimento e implementação de oportunidades de crescimento e inovação dentro da nossa organização, iCrop.

A modelagem de um novo produto passa pela análise de desenvolvimento de hardware e software para o mesmo. O departamento cuida da elaboração de um *business plan*, análise de custos e precificação para que o departamento comercial possa colocar no mercado.

A cada trimestre existe um planejamento de desenvolvimento de novos produtos, apresentação de estudos de viabilidade e condições de lançamento. A interligação com os departamentos de tecnologia, comercial e operações é fundamental para a criação de novos produtos.

Vale destacar que se busca sempre que possível a implementação da metodologia ágil nos processos de desenvolvimento e acompanhamento dos novos produtos e negócios. Um exemplo de framework utilizado dentro da metodologia ágil é o SCRUM. Por meio desta ferramenta segue-se três pilares fundamentais: **Transparência, inspeção e adaptação.**

Complementando o parágrafo acima, podemos citar duas outras metodologias que também buscamos utilizar quando cabíveis em consonância com a metodologia ágil, as quais são a Lean Startup (“eficiência na aplicação de recursos”) e a Customer Development (“transforme o problema em um produto”). Dessa forma, com as metodologias supracitadas, tem-se padrões para a fase do desenvolvimento em si dos novos produtos no departamento. Com relação à visão macro no departamento, seguimos como referência o Modelo de PDP de Rozenfeld, o qual ao desenvolver um produto, há 3 fases principais:

1. Pré desenvolvimento
2. Desenvolvimento propriamente dito
3. Pós desenvolvimento.

O pré-desenvolvimento consiste no planejamento do produto, isto é, seu propósito, seu público alvo e seu objetivo. Enquanto o pós-desenvolvimento visa a melhoria contínua

do produto, baseada em lições aprendidas, atualizações por demanda do mercado e/ou até na descontinuidade do produto.

Já a fase de desenvolvimento em si (fase mais complexa), é subdividida nas etapas abaixo:

#### **1. Projeto Informacional**

Esta etapa tem como objetivo criar as Especificações-Meta do produto a ser desenvolvido. Para isso, é necessário fazer a coleta de informações e especificações para compor dados qualitativos e os requisitos do produto. O Discovery de produto é fundamental nesta etapa. Assim, procura-se entender a interação com o usuário final e tudo que diz respeito a ele e ao produto, de modo a delimitar o escopo e os focos das próximas etapas.

#### **2. Projeto Conceitual**

Esta etapa consiste no conjunto de documentos com as alternativas de soluções para o produto a ser desenvolvido. Isto é, a concepção do produto, muitas vezes a partir de brainstorms, ideias. Em termos práticos, consiste na arquitetura do projeto, na Lista SSCs principais (Sistemas, Subsistemas e Componentes) e em desenhos iniciais da ideia macro do todo. Para isso, são necessárias modelagens do modelo inicial, sem se preocupar com medidas e/ou especificações, as quais serão tratadas em etapas futuras, tendo em vista que são apenas modelos conceituais.

#### **3. Projeto Detalhado**

Já esta etapa tem como objetivo obter as Especificações Finais do produto em questão, abrangendo:

- Documentos de processos de fabricação;
- Projeto de recursos (de dispositivos e ferramental, principalmente);
- Protótipo funcional;
- Plano de fim de vida, quando necessário.

Em termos práticos, consiste nas especificações dos SSCs apresentados na etapa anterior, desenhos técnicos, planos de processos de fabricação e de material. Além disso, é a etapa na qual se faz o dimensionamento e a estruturação detalhada do produto, com modelagens finais, desenvolvimento de dispositivos eletrônicos e de automação e prototipação no geral. Ou seja, é o projeto final do produto que será levado para a produção. E é dela que vamos falar agora.

**Observação importante:** Vale destacar que a geração de MVPs, Mínimos Produtos Viáveis, mesclam a etapa 2 com a etapa 3 a seguir de desenvolvimento. Como utilizamos bastante a metodologia ágil em nossos desenvolvimentos, a construção de MVPs é muito importante em nosso departamento.

#### **4. Preparação da Produção**

Nesta etapa o produto é homologado (após aprovação do MVP e do protótipo final) e certificado, bem como um lote piloto validado. Assim, são gerados documentos dessa homologação e aprovação final, a partir da fabricação do produto já na linha de produção.

### 5. Lançamento do Produto

A última etapa consiste no lançamento do produto no mercado, a partir da emissão de documentos oficiais de vendas, distribuição, assistência técnica e atendimento ao cliente.

Importante ressaltar que a missão do departamento de Novos Negócios somente estará concluída em um novo produto, após testada a sua aceitabilidade pelo mercado, mesmo porque, podem ser necessárias alterações de projetos face às necessidades do cliente e exigências de mercado.

#### **Nossa Política:**

Desenvolver produtos que atendam às necessidades dos clientes e que sejam mercadologicamente viáveis. Manter uma área de pesquisa ativa e focada na identificação de novas oportunidades de negócios. Ter um canal sempre aberto com os demais departamentos da empresa para um aprimoramento constante do desenvolvimento dos novos produtos.

### (VIII) Marketing

A ICROP TECNOLOGIA S/A tem muito cuidado com a sua marca e de seu posicionamento de mercado nos últimos anos. Em especial como a empresa é percebida e que tipo de credibilidade a comunicação visual passa.

A área de marketing desenvolve todas as comunicações com mercado em duas linhas. A primeira está relacionada com todas as mídias digitais / mídias sociais. A segunda linha está responsável por campanhas internas e eventos. O departamento também conta com uma área de endomarketing que faz gestão dessas três linhas de marketing externo, eventos e interno.

As unidades regionais de negócio são atendidas pelo endomarketing em todas as suas demandas, sejam internas ou externas em cada localidade.

O principal sistema de gestão dos fluxos no Marketing é o Jestor. Por esse motivo existe uma padronização de todas as entradas de trabalhos tanto de endomarketing, quanto de marketing externa e digital. O departamento tem processos bem definidos e que podem ser auditados.

#### **Nossa política:**

Ter a comunicação como a principal ferramenta externa para construção de marca. Toda comunicação deve ser devidamente planejada, aprovada e checada antes de ser realizada. Cuidar da marca e da imagem da empresa em todos os eventos e publicações que envolverem a ICROP TECNOLOGIA S/A. Atuar junto as unidades regionais na

construção de marca e como suporte nas campanhas publicitárias. Não deixar passar nenhuma comunicação que possa ser nociva, discriminatória ou difamatória. Respeitar a concorrência e se posicionar com assertividade e respeito. Trabalhar de forma padronizada e com processos devidamente auditáveis.

#### **(IX) Auditorias e modus operandi**

Todas as áreas ligadas ao departamento de estratégia da empresa são administradas para que tenham os processos devidamente escritos e que gerem relatórios que possam ser auditados. A auditoria é extremamente importante para que o processo de transparência 100% atinja seus propósitos

#### **Nossa política:**

Organizar processos e emitir relatórios que possam ser auditados. Deixar as portas abertas à auditoria e estar à disposição da mesma todas as vezes que for solicitado. Deixar documentos e relatórios organizados para auditoria. A confiança nas informações não é negociável, ela deve estar sempre presente e ser um pré-requisito em todos os departamentos ligados à estratégia.

## **RESUMO DA POLÍTICA DE TRANSPARÊNCIA 100%**

### **ESTRATÉGIA E COMERCIAL**

A aplicação das políticas estabelecidas pelo departamento de estratégia direciona toda a parte comercial, posicionamento de marketing e expansão da atuação da ICROP TECNOLOGIA S/A.

O compromisso com a Transparência 100% na geração de resultados, relatórios, comunicações, ações para com o cliente é nossa base atuação. A seguir está um resumo das políticas de Transparência 100% do departamento de estratégia.

#### **(I) Controles Internos**

- Não deixar nenhuma atividade principal sem Procedimento Operacional Padrão escrito e devidamente implementado.
- Atualizar ou escrever novos POPs sempre que necessário.
- Capacitar novas contratações a partir de POPs existentes.
- A área deve ter seus procedimentos organizados e prontos para serem auditados.

#### **(II) Inteligência Comercial e Indicadores**

- Qualquer lançamento de dado deve ser conferido antes de ser lançado no sistema.

- Realizar tripla checagem da informação para que seja que a mesma possa ser divulgada nos relatórios de gestão da área disponíveis à direção da empresa.

### (III) Gestão da Irrigação

- Aprimorar nosso processo de vendas constantemente.
- Trabalhar para que o resultado comercial de cada unidade de negócio seja superior ao do ano anterior em faturamento, redução de despesas e resultado líquido
- Administrar a gestão de contratos e resultados diariamente no ERP da empresa e no software de Inteligência Comercial.

### (IV) Gestão Corporativa

- Qualidade na entrega dos serviços ao cliente é algo inegociável.
- Renovar a totalidade dos clientes em carteira.
- Aumentar constantemente o número de contratos.
- Atender as especificidades de relatórios exigidas pelos clientes.
- Promover a sustentabilidade em todos os contratos.
- Realizar dupla checagem de informações para que os relatórios sejam emitidos, tanto para os clientes quanto para a gestão.
- Promover o conteúdo da revista do cliente para o time interno para que, a partir de uma realidade percebida, o atendimento possa ser constantemente aprimorado.

### (V) Gestão de Projetos

- Estar atento às necessidades dos nossos clientes e atuar ativamente na proposição da expansão dos serviços ofertados.
- Trabalhar para que cada cliente ainda sem irrigação possa ter nosso sistema implantado.
- Entregar o melhor layout custo/benefício para o cliente.
- Ter na prospecção a mola propulsora da ampliação de atuação do nosso departamento.
- Atender com excelência e proatividade.

### (VI) Gestão Internacional

- Atender às demandas comerciais de cada país onde atuamos.
- Gerenciar equipes e adaptar a cultura da ICROP TECNOLOGIA S/A à cada realidade.

### (VII) Novos Negócios

- Desenvolver produtos que atendam às necessidades dos clientes e que sejam mercadologicamente viáveis.
- Manter uma área de pesquisa ativa e focada na identificação de novas oportunidades de negócios.
- Ter um canal sempre aberto com os demais departamentos da empresa para um aprimoramento constante do desenvolvimento dos novos produtos.

### (VIII) Marketing

- Ter a comunicação como a principal ferramenta externa para construção de marca.
- Toda comunicação deve ser devidamente planejada, aprovada e checada antes de ser realizada.
- Cuidar da marca e da imagem da empresa em todos os eventos e publicações que envolverem a ICROP TECNOLOGIA S/A.
- Atuar junto as unidades regionais na construção de marca e como suporte nas campanhas publicitárias.
- Não deixar passar nenhuma comunicação que possa ser nociva, discriminatória ou difamatória.
- Respeitar a concorrência e se posicionar com assertividade e respeito.
- Trabalhar de forma padronizada e com processos devidamente auditáveis.

### (IX) Auditoria e Modus Operandi

- Organizar processos e emitir relatórios que possam ser auditados.
- Deixar as portas abertas à auditoria e estar à disposição da mesma todas as vezes que for solicitado.
- Sempre deixar documentos e relatórios organizados para auditoria.
- A confiança nas informações não é negociável, ela deve estar presente o tempo todo e ser um pré-requisito em todos os departamentos ligados à estratégia.

## ANEXO - NÚCLEO COMUM DE COMPROMISSOS COM A POLÍTICA DE TRANSPARÊNCIA 100% DO DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA E NOVAÇÃO

### 4- NÚCLEO COMUM A TODOS OS DEPARTAMENTOS

O departamento de TECNOLOGIA da ICROP TECNOLOGIA S/A desenvolveu um conjunto de diretrizes para consolidar uma política de segurança na utilização de recursos, aplicativos, softwares, uso de e-mails e demais orientações para navegação online. Essas diretrizes formam uma política que deve ser utilizada em toda empresa, em todos as

áreas, por todos os colaboradores e sócios da ICROP TECNOLOGIA S/A. Abaixo apresentaremos cada tópico na seguinte sequência:

**VIII.I** - Navegação online;

**VIII.II** - Proteções Básicas de Sistemas e Navegação

**VIII.III** - Sobre o uso de e-mails corporativos

**VIII.IV** - O uso de redes sociais

**VIII.V** - Uso de aplicativos de comunicação

### **VIII.I** - Navegação online

Para uma melhor navegação online, estabelecemos normas para garantir a segurança dos colaboradores e proteger a empresa contra ameaças cibernéticas, vazamento de informações confidenciais e uso inadequado da internet. O objetivo é promover uma cultura de segurança da informação e minimizar os riscos associados à navegação na web.

#### **Nossa política:**

a) Como utilizar: A internet deve ser utilizada exclusivamente para fins relacionados ao trabalho. O acesso a sites ou conteúdos impróprios, ilegais, ofensivos ou não relacionados ao trabalho é estritamente proibido.

b) Downloads e instalações: Os colaboradores devem obter autorização *prévia do departamento de tecnologia* para baixar ou instalar qualquer software ou arquivo da internet. Somente fontes confiáveis devem ser utilizadas, e as políticas de segurança da empresa devem ser seguidas.

c) Senhas e autenticação: Os colaboradores devem utilizar senhas fortes e nunca compartilhar com outras pessoas. A autenticação em sites e serviços online deve ser realizada somente em páginas seguras (HTTPS).

d) Atualizações e patches: Os colaboradores devem manter seus navegadores e sistemas operacionais atualizados com as últimas correções de segurança e patches disponibilizados pelos fornecedores com a orientação do departamento de Tecnologia.

### **VIII.II** - Proteções básicas de sistema e navegação

As ameaças cibernéticas representam riscos significativos para a segurança da informação da empresa. Esta seção estabelece normas para a proteção contra malware, phishing e outras ameaças online. A seguir apresentamos nossas orientações:

#### Nossa política:

- a) Antivírus e antimalware: Todos os dispositivos devem ter um software antivírus/antimalware instalado e atualizado regularmente. Os colaboradores devem seguir as orientações da equipe de TI em relação à escolha e configuração dessas ferramentas sempre que necessário.
- b) Reconhecimento de phishing: Os colaboradores devem ser treinados para identificar e relatar tentativas de phishing e outras formas de engenharia social. E-mails suspeitos ou links desconhecidos não devem ser abertos ou clicados.
- c) Restrição de acesso: O acesso a sites potencialmente perigosos, como sites de jogos, redes sociais ou conteúdos suspeitos, deve ser bloqueado ou restrito.
- d) Navegação segura: Os colaboradores devem evitar clicar em links não confiáveis ou suspeitos. A navegação em sites desconhecidos ou de reputação duvidosa deve ser evitada. A empresa se reserva no direito de monitorar a navegação online dos colaboradores para garantir a conformidade com esta política e proteger a segurança da informação. Violações serão tratadas de acordo com as políticas disciplinares da empresa, podendo resultar em ações corretivas, *inclusive instauração de processo interno no comitê de Ética e Conduta*, demissão e ações legais, quando apropriado.

#### VIII.III - Sobre o uso e-mails corporativos

Adotamos uma política especial para o tráfego de informações comerciais e empresariais. Valorizar toda a comunicação via e-mail. Cada usuário deve ter a consciência de que tudo o que estiver com [@icrop](mailto:@icrop) não é de sua propriedade e não está sob nenhum sigilo, podendo a empresa solicitar e acessar qualquer conteúdo que tenha seu domínio a qualquer tempo sem necessidade de autorização.

#### Nossa política:

- a) Uso apropriado: Os colaboradores devem utilizar os e-mails corporativos exclusivamente para fins relacionados ao trabalho. Uso pessoal é estritamente proibido.
- b) Comunicação profissional: Os e-mails devem ser redigidos de forma clara, objetiva e profissional. É importante seguir as normas de etiqueta de e-mail, evitando o uso de linguagem ofensiva, agressiva ou imprópria.
- c) Segurança da informação: Os colaboradores devem proteger a segurança e a confidencialidade dos dados. Não devem compartilhar informações confidenciais ou sensíveis sem autorização adequada.

- d) Uso consciente do armazenamento: Cada colaborador deve gerenciar seus e-mails de maneira eficiente, excluindo mensagens desnecessárias e arquivando os relevantes de acordo com as políticas de retenção de dados da empresa.
- e) Envio de material: O envio de qualquer tipo de documentação, bem como a solicitação de autorização, quando não envolverem sistema contratado pela empresa, devem ser realizadas por e-mail corporativo.
- f) Desligamento da empresa: Ao ser desligado da empresa, o e-mail do colaborador deve ser imediatamente suspenso, bem como seu computador entregue. O gestor deve se organizar para fazer o desligamento de forma assertiva e se assegurar que, o referido colaborador, está se desligando e que não será necessário solicitar mais nada a ele.
- g) Comunicação extensiva a todos: É expressamente proibido o envio de e-mail a todos do time da iCrop Tecnologia S/A, a não ser por seus diretores em momentos que considerem oportunos.

#### **VIII.IV - Sobre o uso de Redes Sociais**

As redes sociais podem ser usadas para fins comerciais, de marketing e comunicação, desde que estejam alinhadas com os objetivos da empresa. Os colaboradores devem promover a imagem e a reputação da empresa, mantendo uma conduta profissional e respeitando os interesses e direitos de terceiros.

#### **Nossa política:**

- a) Identificação: Ao utilizar redes sociais em nome da empresa, os colaboradores devem identificar-se claramente como representantes da organização.
- b) Conduta profissional: É proibido publicar conteúdo ofensivo, discriminatório, difamatório, obsceno, ilegal ou que prejudique a reputação da empresa.
- c) Privacidade e confidencialidade: Os colaboradores devem respeitar a privacidade de colegas, clientes e parceiros comerciais. Não devem compartilhar informações confidenciais da empresa ou de terceiros sem autorização.
- d) Segurança: Os colaboradores devem tomar medidas para proteger suas contas nas redes sociais e evitar a divulgação de informações sensíveis ou pessoais.

#### **DECLARAÇÃO INDIVIDUAL DE COMPROMISSO COM A POLÍTICA DE TRANSPARÊNCIA 100%**

## DECLARAÇÃO INDIVIDUAL DO COMPROMISSO ASSUMIDO – ESTRATÉGIA E COMERCIAL

Este documento estabelece o compromisso com as boas práticas de “*Transparência 100%*”. Como parte da ICROP TECNOLOGIA S/A, eu me comprometo com a qualidade de qualquer informação que for gerada por mim ou por minha equipe. Declaro abertamente meu compromisso com integridade e veracidade dos fatos narrados, documentos e informações apresentadas a qualquer instante. Assim estou de acordo com:

- I) Política de “*Transparência 100% do departamento Estratégia e Comercial.*” Declaro que li e tenho conhecimento da necessidade em seguir o que está estabelecido documento Política de “*Transparência 100% do departamento de Gente e Gestão.*” e em todas as suas divisões. Também estou de acordo com o disposto no ANEXO **Núcleo comum de compromissos com a política de Transparência 100% do departamento de Tecnologia e Inovação.**
- II) Política de “*Transparência 100% da ICROP TECNOLOGIA S/A.*” Declaro que li e tenho conhecimento da necessidade em seguir o que está estabelecido documento Política de “*Transparência 100% da ICROP TECNOLOGIA S/A.*” e em todas as suas divisões: Propósito, Abrangência, Normas de Divulgação, Proteção da Informação, Conformidade regulatória, Responsabilidade da Informação e Auditorias.
- III) Compromisso com a segurança: Comprometo-me a divulgar em tempo real qualquer situação que eu venha a ter conhecimento que possa gerar algum tipo de risco para empresa.
- IV) Conhecimento dos canais e das formas de denúncia. Declaro ser conhecedor de que a ICROP TECNOLOGIA S/A tem um canal de denúncias e que, de acordo com o Código de Conduta e Ética, devo utilizá-lo nos termos propostos e ainda extrapolar qualquer forma descrita no documento em caso de perigo eminente e comunicar a alta direção de imediato.
- V) Comunicação Direta de Inconsistências: Ao elaborar qualquer relatório ou for repassar qualquer informação, é meu dever alertar (por escrito) o que entendo ser inconsistências que possam vir a prejudicar a qualidade das informações.
- VI) Compromisso com a Privacidade. Durante as atividades profissionais, várias informações do ambiente corporativo e de membros da equipe chegarão a meu

conhecimento. Declaro me comprometer com a privacidade dos dados da empresa, clientes e fornecedores. Comprometo-me também em manter a privacidade, quando necessário for, por aspectos pessoais e profissionais no que se refere ao meu trabalho e sou o único responsável pelo mal uso dessas informações, conforme estabelecido no Código de Conduta e Ética.

Ao assinar este documento, por meio de assinatura eletrônica, nos moldes do art. 10 da MP 2.200/01 em vigor no Brasil, me comprometo a seguir todas as políticas de “Transparência 100%” e suas extensões descritas acima e que não poderei alegar desconhecimento das mesmas em nenhuma circunstância abordada nos referidos documentos. Declaro ainda que, não me reservarei no direito em ficar silêncio caso observe alguma irregularidade, pois, a omissão não é um comportamento aceitável na ICROP TECNOLOGIA S/A pôr colocar em risco a empresa e todos os seus Stakeholders.