



## POLÍTICA DE APROVAÇÃO DE MATERIAIS DE MARKETING E COMUNICAÇÃO COM INVESTIDORES

Este material foi elaborado pela Domo Venture Capital Gestora De Ativos Financeiros e Valores Mobiliários Ltda. (“DOMO” ou “Gestora”) e não pode ser copiado, reproduzido ou distribuído sem prévia e expressa concordância desta. Os termos e expressões aqui utilizados em letras maiúsculas, têm os significados que lhes são atribuídos no item 1 do Código de Ética e Conduta da DOMO.

São Paulo, 05º de março de 2026

## SUMÁRIO

- 1 Objetivo
- 2 Diretrizes Gerais
- 3 São exemplos de Publicidade e Material Técnico
- 4 Não são considerados Publicidade ou Material Técnico
- 5 Processo de aprovação de materiais de Publicidade ou Material Técnico
- 6 Solicitação de aprovação de Publicidade ou Material Técnico
- 7 Responsabilidades
- 8 Diretrizes para confecção e distribuição de Publicidade ou Material Técnico
- 9 Restrição ao *General advertising* e *General solicitation*

## POLÍTICA DE APROVAÇÃO DE MATERIAIS DE MARKETING E COMUNICAÇÃO COM INVESTIDORES

### 1 Objetivo

Esta Política integra o Programa de Compliance e Integridade da DOMO e deve ser observada em conjunto com o Código de Ética e Conduta, a Política de Compliance, a Política de Gestão de Riscos, a Política de Prevenção ao Insider Trading, a Política de Investimentos Pessoais e demais normas internas, compondo o sistema de prevenção, detecção e remediação de riscos legais, regulatórios e reputacionais relacionados à comunicação com investidores.

Esta Política tem por objetivo formalizar os procedimentos inerentes à elaboração e divulgação de materiais de comunicação com Investidores e marketing da Gestora e dos Fundos, sejam esses documentos entregues em vias físicas em visitas pessoais, encaminhados através de e-mails ou malas diretas, ou ainda objeto de apresentações em *roadshows* e eventos.

### 2 Diretrizes Gerais

Para fins da legislação em vigor e desta Política, considera-se Publicidade toda comunicação que tenha por objeto propaganda institucional e estratégia mercadológica dos Fundos, entre a Gestora e Investidores ou potenciais investidores, por meio de mídia pública disponibilizado em locais públicos, mala direta, e-mail *marketing*, ou quaisquer outros veículos e sítios públicos (televisivo, impresso, radiofônico, digital, audiovisual e tecnologias que possam surgir).

De acordo com as Diretrizes da ANBIMA, Publicidade pode ser dividida entre **(i)** Material Publicitário: material utilizado com objetivo comercial e fruto de estratégia mercadológica, visando comercialização dos Fundos; e **(ii)** Propaganda Institucional: material utilizado com o objetivo de estratégia de comunicação pela Gestora, quando relativas ao exercício da atividade de gestão.

Material técnico, por sua vez, é todo material solicitado à Gestora pelo Investidor ou potencial Investidor, sendo estes destinatários específicos, com objetivo de dar suporte a uma decisão de investimento.

Toda comunicação com Investidores e *marketing* da Gestora ou dos Fundos que se enquadre no conceito de material publicitário, propaganda institucional ou material técnico ("Publicidade ou Material Técnico") deve obedecer às diretrizes mencionadas nesta Política, além de outras estabelecidas pela ANBIMA e CVM.

A elaboração e divulgação de materiais observará abordagem baseada em risco, considerando, entre outros fatores, o perfil do público-alvo, a jurisdição, o tipo de produto, o estágio do fundo, o conteúdo de performance, a utilização de mídias públicas e o grau de sensibilidade das informações divulgadas, podendo a área de Compliance exigir controles adicionais conforme a criticidade do material.

### 3 São exemplos de Publicidade e Material Técnico

- Qualquer material, encaminhado através de mala-direta, com caráter não exclusivo, como por exemplo, relatórios de informações mensais sobre os Fundos;

- Qualquer material, encaminhado em caráter exclusivo, diretamente ao e-mail do Investidor que não expressamente mencionado no item 4 acima;
- As pautas e apresentações institucionais ou sobre produtos, usadas para contato direto, com objetivo comercial e fruto de estratégia de negócio;
- Boletins e comunicados em geral;
- Apresentações, descrições de produtos, comentários sobre o mercado e todo o tipo de material escrito usado na promoção e ou no suporte à distribuição de produtos a Investidores ou potenciais investidores;
- Todo e qualquer tipo de campanha publicitária veiculada em mídia nacional ou estrangeira; e
- *Website* da Gestora.

#### **4 Não são considerados Publicidade ou Material Técnico:**

- Formulários cadastrais, questionários de perfil do Investidor ou perfil de investimento, materiais destinados à comunicação de alterações de endereços, telefones, pessoal ou outras informações de simples referência para o investidor;
- Divulgação continuada de cota, patrimônio líquido e rentabilidade por qualquer meio, bem como a divulgação da carteira na forma da política de divulgação prevista no respectivo Regulamento, Formulário de Informações Complementares, cartas de acompanhamento gerencial do portfólio e Lâmina de Informações essenciais;
- Material relacionado a pesquisa de mercado, sondagem de interesse por produtos e/ou classes de produtos ainda não existentes, questionários, e busca de entendimento do perfil do investidor;
- Saldos, extratos e demais materiais destinados à apresentação de posição de cotas ou financeira, movimentação e rentabilidade, desde que restrito a estas informações ou assemelhadas; e
- Demais materiais e informações na forma solicitada pelo Investidor.

#### **5 Processo de aprovação de materiais de Publicidade ou Material Técnico**

Todos os materiais de marketing e de comunicação com Investidores elaborados pela área responsável, deverão passar pelo seguinte procedimento:

- Deverão ser encaminhados, por e-mail, à área de Compliance para revisão. Em se tratando de materiais para Investidores e *prospects* brasileiros, o documento deverá ser encaminhado com antecedência razoável para que a área possa averiguar todo o conteúdo, realizar comentários, enviar para consultor externo se necessário, verificar alterações e aprovar a minuta final;

- Em se tratando de materiais destinados a outras jurisdições, no início do projeto, a área de Compliance deverá ser envolvida para realizar levantamento de exigências legais e regulatórias aplicáveis na jurisdição almejada. O processo de análise de jurisdições estrangeiras poderá exigir consulta a especialistas estrangeiros, razão pela qual não é possível estabelecer prazo mínimo;
- Após receber aprovação da área de Compliance, a área responsável deverá manter todo o histórico de informações e todas as versões e alterações do documento;
- Materiais-padrão, tais como relatórios mensais e periódicos e demais documentos já previamente aprovados, uma vez analisados pela área de Compliance, não precisam ser aprovados a cada utilização (isto é, desde que não haja conteúdo novo, mas apenas alteração nos números de taxas, PL, AUM, etc).

A revisão dos materiais-padrão ocorrerá anualmente pela área de Compliance ou sempre que houver mudanças de conteúdo. A área de Compliance poderá realizar monitoramento posterior dos materiais divulgados, inclusive de versões publicadas em meios digitais, com vistas a verificar a aderência às aprovações concedidas, à regulamentação aplicável e às diretrizes internas, podendo determinar ajustes, retirada de conteúdos ou adoção de medidas corretivas.

## 6 Solicitação de aprovação de Publicidade ou Material Técnico

As solicitações de aprovações de Materiais que não tenham sido previamente aprovadas e/ou que possam conflitar com a presente política deverão ser encaminhadas à área de Compliance por meio do e-mail [dir.compliance@domo.vc](mailto:dir.compliance@domo.vc) e deverão conter:

- Nome do documento, tipo de material e finalidade;
- Nome do Colaborador responsável pela elaboração e pela revisão, se aplicável;
- Público alvo;
- Mídia utilizada;
- Prazo máximo para conclusão;
- Jurisdição onde o material será distribuído; e
- Anexo com o material a ser avaliado.

## 7 Responsabilidades

A área que elaborou o material é responsável: **(i)** por todo seu conteúdo técnico, **(ii)** pela identidade visual, **(iii)** pelo tipo de mídia a ser utilizada, **(iv)** por destacar o público alvo, objeto da apresentação; **(v)** por incluir fonte e data em todas as imagens, gráficos, tabelas e referências utilizadas; e **(vi)** por submeter o material para revisão da área de Compliance. É necessário que fontes das informações públicas ou de terceiros sejam incluídas no material sempre que aplicável.

A área responsável pela elaboração do material (e os Colaboradores envolvidos) responderá por ele junto aos órgãos reguladores e autorreguladores, bem como perante o mercado e a concorrência. Por isso, não devem jamais utilizar informações infundadas, não verdadeiras, copiadas de terceiros, ou dissonantes com o regulamento, lâminas e demais documentos dos Fundos.

## 8 Diretrizes para confecção e distribuição de Publicidade ou Material Técnico

- Não devem utilizar hipérboles e superlativos não comprovados e devem ter conteúdo claro, buscando sempre a interpretação feita pelo “homem médio”;
- Devem ser elaborados em linguagem serena e moderada, advertindo seus leitores para os riscos do investimento;
- Todos os documentos devem ter seu público-alvo especificado;
- Não devem conter qualificações injustificadas, opiniões para as quais não exista base razoável ou previsão de eventos futuros sem base técnica;
- Que contenham gráficos – tenham título, descrição dos dados constantes nos eixos e sejam datados;
- Que contenham referências externas - sigam com fonte e data;
- Que contenham Notas de *Rating* sobre empresas, países e ativos: sigam com data e nome da empresa de *Rating*.
- Deve conter informações alinhadas com o Regulamento, a Lâmina de Informações Essenciais e demais documentos do Fundo;
- Devem mencionar a existência da Lâmina de Informações Essenciais, se houver, e do Regulamento, bem como os endereços na rede mundial de computadores nos quais tais documentos podem ser obtidos;
- Ser apresentados em conjunto com a Lâmina de Informações Essenciais, se houver;
- Não devem assegurar, prometer ou sugerir a existência de garantia de resultado e a isenção de risco;
- Devem acompanhar todos os alertas regulatórios e autorregulatórios, sobretudo aqueles advindos das Instruções da CVM e das Diretrizes para Publicidade e Divulgação de Material Técnico de Fundos da ANBIMA;
- Qualquer divulgação de informação sobre os resultados dos Fundos só pode ser feita, por qualquer meio, após um período de carência de 6 (seis) meses, a partir da data da primeira emissão de cotas;
- Toda informação divulgada por qualquer meio, na qual seja incluída referência à rentabilidade dos Fundo, deve obrigatoriamente obedecer ao disposto sobre o tema na regulamentação da CVM e ANBIMA;
- Todos os materiais produzidos deverão ser mantidos por um período não inferior a 5 (cinco) anos.
- A confecção e distribuição de materiais deverão observar a Lei nº 13.709/2018 (LGPD), especialmente quanto ao tratamento de dados pessoais de investidores, prospects e

terceiros, devendo ser assegurados a finalidade, necessidade, segurança da informação e confidencialidade.

- A utilização de terceiros para elaboração, revisão, tradução, distribuição ou divulgação de materiais de marketing (incluindo assessores, consultores, placement agents e parceiros comerciais) deverá ser previamente aprovada pela área de Compliance.

## 9 Restrição ao *General advertising* e *General solicitation*

A SEC também possui regras rígidas sobre propaganda e marketing, especialmente no que tange a regras antifraude, veracidade de informações, qualificação de público-alvo, e divulgação de performance. Portanto, a Gestora e os Distribuidores deverão dispensar especial atenção no caso de eventual captação de investidores norte-americanos.

No caso dos fundos *offshore* qualificados como *private funds*, o material de marketing não pode ser distribuído indiscriminadamente, devendo ser ofertado para Investidores ou possíveis Investidores que detenham uma relação pré-existente (no mínimo 30 dias) e substantiva com a DOMO (i.e., quando a Gestora conheça a situação financeira e sofisticação do *prospect*).

Colaboradores que interagem com Investidores devem estar seguros e obter informações suficientes para demonstrar e comprovar a existência desta relação pré-existente e substantiva, ou pedir a aprovação específica do responsável da área de Compliance.

A SEC não permite a divulgação pública e indiscriminada de nenhuma informação sobre os *private funds* (ex. *websites* abertos ou conferências para público em geral).

## 10 Comunicação digital

A utilização de mídias digitais e redes sociais (tais como website, LinkedIn, Instagram, webinars, podcasts, vídeos institucionais e demais plataformas públicas) para comunicação com investidores ou potenciais investidores caracteriza Publicidade e estará sujeita às mesmas regras de aprovação prévia, monitoramento, registro e guarda previstas nesta Política.

(\*\*\*\*\*)