

Termo de Compromisso

Instituição Participante: EQI Investimentos Corretora de Títulos e Valores Mobiliários S.A. (“Instituição”).

Código: Código ANBIMA de Autorregulação para a Distribuição de Produtos de Investimento (“Código de Distribuição”).

Data de assinatura: 22/07/2026.

Foi instaurado o **Processo nº D001/2026**¹ para apuração de eventuais descumprimentos ao **(i)** Art. 6, I e IX, Art. 7, parágrafo único, Art. 13, I, II, III, VII e VIII do Código de Distribuição c/c Art. 73, I, II, III, VII e VIII, Art. 76, Art. 77, Art. 82, I, II e III das Regras e Procedimentos de Distribuição de Produtos de Investimentos (“RP de Distribuição”)²; e **(ii)** Art. 6, II e Art. 12 do Código de Distribuição c/c Art. 20, Art. 21, I e II, Art. 23, I, Art. 24, §1º, II, Art. 25, I e Art. 29 da RP de Distribuição c/c o Art. 5º das Regras e Procedimentos de Deveres Básicos (“RP de Deveres Básicos”)³.

Ementa

TERMO DE COMPROMISSO. Instituição no exercício da atividade de distribuição de produtos de investimentos. Indícios de que a Instituição não adotou conduta diligente: **(i)** no exercício da atividade de elaboração e veiculação de materiais publicitários no processo de captação de investidores, aptos a gerar possível concorrência desleal com seus pares, com potencial indução de clientes e potenciais clientes ao erro, diante da identificação em determinados materiais

¹ Os fatos descritos em ementa apontam os temas supervisionados que estão em suposta irregularidade. Contudo, a celebração de Termo de Compromisso não acarreta confissão quanto à matéria de fato, nem reconhecimento da irregularidade da conduta analisada, e, ainda, suspende o Processo em relação às partes até que as obrigações estabelecidas no Termo de Compromisso tenham sido cumpridas e evidenciadas, quando, então, o Processo será arquivado.

² Versões vigentes de 15/07/2024 até 31/10/2024, 01/11/2024 até 15/12/2024, 16/12/2024 até 30/03/2025, 31/03/2025 até 15/06/2025 e 16/06/2025 até 21/09/2025.

³ Em vigor desde 31 de março de 2025.



publicitários com apontamentos que: (a) apresentaram informações em desconformidade com os requisitos mínimos obrigatórios previstos nas regras de autorregulação sobre o tema; (b) veicularam para captação de *leads*, referências a taxas de remuneração potencialmente atrativas vinculadas a produtos inexistentes no momento da publicação; (c) divulgaram simulações ou projeções associadas a produtos inexistentes, sem a apresentação dos critérios utilizados, dos riscos envolvidos, das condições assumidas ou dos avisos obrigatórios exigidos pelas regras de autorregulação pertinentes; (d) potencialmente atraíram investidores mediante taxas supostamente exclusivas e superiores às praticadas no mercado, ainda que sem correspondência com produtos efetivamente disponíveis à época; e (e) indicam potenciais falhas nos controles internos da Instituição, tendo em vista a reincidência na veiculação de publicidades irregulares, especialmente a partir da identificação de irregularidades em material publicitário aprovado pela própria área de compliance da Instituição. E, ainda, (ii) no exercício da atividade de distribuição, inclusive no âmbito da aplicação de seus processos de *suitability* e distribuição, caracterizada pela identificação de (a) falhas na metodologia de classificação de risco de CRA para fins de *suitability*, ao considerar, de forma inadequada, o risco de crédito da securitizadora em detrimento do risco dos devedores do lastro, com potencial indução do investidor a erro quanto ao real nível de risco do produto; (b) recomendação de CRA, classificado para fins de *suitability* como “moderado” à cliente classificado com perfil “conservador”; (c) parametrização sistêmica inadequada que isentava investidores qualificados pessoas físicas da realização do processo de *suitability*, materializado pela ausência do documento Termo de Análise de Risco, sem evidências de que a inconsistência tenha sido identificada tempestivamente pela Instituição; (d) controles internos e processos inadequados e/ou insuficientes, diante das falhas na governança interna responsável por manter a política de *suitability* devidamente aderente às regras de autorregulação, em razão de divergências relevantes entre a política de *suitability* vigente à época dos fatos e os parâmetros autorregulatórios aplicáveis sobre a pontuação de risco de clientes, bem como da inexistência de descrição minimamente completa e clara acerca dos mecanismos de coleta de informações dos clientes e dos critérios utilizados para a definição do perfil de investidor; (e) falhas na distribuição de CRA (1) da efetivação da operação sem comprovação de ordem ou ciência da cliente; (2) distribuição de ativo cujo emissor se encontrava em recuperação judicial amplamente divulgada, sem que tal condição fosse refletida



no preço do ativo; (3) sem evidências de que os riscos envolvidos foram devidamente informados à cliente; e (4) da constatação de deficiência nos controles internos da Instituição, pois mesmo diante dessas irregularidades, a operação foi processada sem identificação de falhas por seus mecanismos de controles internos.

A celebração de termo de compromisso foi considerada conveniente e oportuna, a fim de assegurar, especialmente que: (a) os potenciais descumprimentos apurados no Processo sejam sanados e não ocorram futuramente; (b) as novas medidas propostas cumpram com o objetivo de incentivar boas práticas de mercado em linha com as normas de autorregulação e melhores práticas da ANBIMA, e (c) as práticas assemelhadas às identificadas pela Supervisão de Mercados no âmbito do Processo sejam desestimuladas.

Compromissos Assumidos:⁴

(i) contratar empresa de consultoria externa independente com comprovada experiência no mercado de capitais, em regulação e autorregulação, a ser comprovada pela Instituição à ANBIMA (“Consultoria Externa”). A Consultoria Externa deverá realizar avaliação independente dos processos, procedimentos e controles internos da Instituição relacionados à elaboração, classificação, validação, aprovação, divulgação, impulsionamento, disponibilização e monitoramento de materiais publicitários e de materiais utilizados para captação de leads, assim compreendidos, como materiais publicitários sujeitos integralmente às regras aplicáveis à publicidade de produtos de investimento, independentemente de conversão e/ou efetiva distribuição do produto, devendo apresentar relatório (“Relatório da Consultoria”), que contemple estudo sobre (i) as metodologias, fluxos, procedimentos e controles internos atualmente adotados pela Instituição, com base nas disposições contidas na regulação e autorregulação vigentes, por meio do qual seja evidenciado: (a) as fragilidades, inconsistências ou lacunas nas metodologias, fluxos, procedimentos e controles internos relacionados: (a.i) à identificação e classificação, como

⁴ Estima-se que todos os compromissos assumidos serão cumpridos pela Instituição em até 150 (cento e cinquenta) dias, contados da assinatura do Termo de Compromisso.



material publicitário, de toda e qualquer peça, campanha, landing page, formulário, anúncio, publicação, mensagem, vídeo, banner, página de captura, lista de espera, cadastro de interesse ou material congênere utilizado para captação de *leads*, que mencionem direta ou indiretamente investimentos ou oportunidades de investimento, mesmo de forma abstrata, divulgado por qualquer meio de comunicação disponível e destinado a investidores ou potenciais investidores com o objetivo de estratégia comercial e mercadológica; (a.ii) à elaboração, revisão, aprovação e veiculação de materiais publicitários; (a.iii) à divulgação de informações sobre produtos de investimento; (a.iv) à observância dos requisitos obrigatórios de transparência, clareza, precisão, completude, consistência com o material técnico e prevenção de indução ao erro; e (a.v) à formalização, registro, guarda e monitoramento das aprovações e veiculações realizadas; (b) a inclusão, em política, manual ou procedimento interno, de previsão expressa de que materiais utilizados para captação de leads que mencionem direta ou indiretamente investimentos ou oportunidades de investimento, mesmo de forma abstrata, ainda que não haja produto disponível para contratação imediata ou conversão, configuram material publicitário para fins de observância integral do Código de Distribuição e da RP de Distribuição, bem como a definição objetiva dos elementos mínimos obrigatórios e das práticas vedadas; (c) a elaboração de guia operacional e *checklist* vinculante aplicável às áreas de marketing, compliance, produtos, distribuição e assessoria, contendo, no mínimo: (c.i) exemplos objetivos de materiais considerados irregulares; (c.ii) os elementos obrigatórios que devem constar nos materiais compatíveis com a autorregulação; e (c.iii) a indicação clara das práticas vedadas e das hipóteses que caracterizam descumprimento às regras de autorregulação; e (d) o cronograma para correção das fragilidades e/ou falhas identificadas no subitem “a” acima; (“Cronograma de Implementação”)

(ii) revisar e consolidar sua metodologia de classificação de riscos dos produtos de investimento securitizados, garantindo que as análises de risco de referência para “CRIs” e “CRAs” passem a se basear no *rating* da emissão, observado que para os ativos securitizados sem nota de *rating* atribuída à emissão, a Instituição deverá desenvolver metodologia própria de definição de risco de crédito que leve em consideração o risco de crédito do devedor, ou considerar a emissão como “sem grau de investimento”/“sem *rating* identificado”;



(iii) revisar e implementar fluxo formal de aprovação prévia de materiais publicitários, especialmente de captação de *leads*, que mencionem direta ou indiretamente investimentos ou oportunidades de investimento, mesmo de forma abstrata, divulgado por qualquer meio de comunicação disponível e destinado a investidores ou potenciais investidores com o objetivo de estratégia comercial e mercadológica, contemplando, no mínimo: (a) critérios objetivos para enquadramento do material como publicidade; (b) verificação obrigatória de aderência aos requisitos autorregulatórios aplicáveis; (c) registro da aprovação pela área responsável; (d) guarda das evidências de aprovação e da versão final divulgada; e (e) mecanismos de bloqueio ou impedimento de divulgação de materiais reprovados ou sem aprovação formal. A Instituição deverá, ainda, revisar a classificação de todos os produtos de investimento securitizados disponíveis para a distribuição, observados os critérios previstos na nova metodologia revisada descrita no item (ii) acima. Adicionalmente, a Instituição deverá incluir, em sua política, manual, ou procedimento interno, previsão expressa de que materiais utilizados para captação de *leads*, inclusive anúncios, *landing pages*, formulários de cadastro, listas de espera, campanhas com indicação de taxas, rentabilidades-alvo, projeções, simulações, vantagens comparativas, oportunidades de investimento ou expressões congêneres, que mencionem direta ou indiretamente investimentos ou oportunidades de investimento, mesmo de forma abstrata, divulgado por qualquer meio de comunicação disponível e destinado a investidores ou potenciais investidores com o objetivo de estratégia comercial e mercadológica, enquadram-se como material publicitário e, por isso, submetem-se integralmente às regras aplicáveis à publicidade de produtos de investimento, independentemente de gerarem ou não conversão, contratação ou aplicação efetiva pelo investidor. De igual modo, a Instituição deverá descrever e formalizar em política ou documento interno, bem como evidenciar aprimoramento de fluxo operacional de rotina de monitoramento de *suitability* mantido com quaisquer terceiros contratados para suporte operacional, em relação a sua base de clientes, por meio do qual a Instituição, de forma independente e sob sua exclusiva responsabilidade, assegure a verificação tempestiva de eventuais inconsistências no processo de *suitability* no momento da aplicação pelos clientes de sua base, incluindo, no mínimo, as hipóteses de cliente sem perfil, perfil desatualizado ou com perfil desenquadrado. O monitoramento deverá



contemplar, obrigatoriamente, mecanismos que permitam à Instituição identificar tais inconsistências previamente ou simultaneamente à efetivação da aplicação, assim como prever, conforme aplicável, bloqueio da operação, solicitação formal ao cliente para regularização do perfil e/ou assinatura do termo de ciência e risco, comunicação ao cliente e registro das tratativas adotadas, de modo a assegurar a regularização tempestiva da inconsistência identificada. Outrossim, a Instituição deverá revisar e implementar processo de monitoramento de operações realizadas por intermédio de assessores de investimento, especialmente em relação ao respaldo de ordens, observado que referido monitoramento deverá ser realizado, no mínimo, mensalmente, podendo a verificação da existência e da veracidade das ordens ser realizada com base em critérios de amostragem previamente definidos, desde que consistentes, documentados e passíveis de verificação;

(iv) realizar treinamento para capacitação de todos os colaboradores responsáveis pelas atividades de distribuição de produtos de investimento, incluindo colaboradores em todos os níveis hierárquicos, até o responsável pela respectiva área, além dos diretores responsáveis (“Colaboradores”) pelas referidas atividades sobre as normas e procedimentos relativos à elaboração e à divulgação de material publicitário, bem como materiais utilizados para captação de *leads*, que mencionem direta ou indiretamente investimentos ou oportunidades de investimento, mesmo de forma abstrata, divulgado por qualquer meio de comunicação disponível e destinado a investidores ou potenciais investidores com o objetivo de estratégia comercial e mercadológica, aplicação dos procedimentos de *suitability* e classificação de risco de produtos (“Temas de Distribuição” e “Treinamento”, respectivamente). Ademais, a Instituição deverá enviar à ANBIMA política ou manual interno contemplando a obrigatoriedade de (a) promoção de treinamentos aos novos Colaboradores, de cada uma das áreas envolvidas nos Temas de Distribuição, quando do início de suas atividades, além de (b) atualização dos Colaboradores das referidas áreas: (b.i) em periodicidade máxima de 1 (um) ano, no que diz respeito a treinamentos ordinários; e (b.ii) de maneira extraordinária na hipótese de alterações de regras da regulação e/ou autorregulação, assim que forem publicadas. Neste contexto, a Instituição deverá reestruturar o processo de treinamento dos assessores de investimento, com ênfase nos aspectos normativos da atividade, especialmente



sobre o respaldo de ordens, por meio da inclusão em política ou manual interno, sendo que o conteúdo reestruturado será aplicado tanto no programa de formação quanto na reciclagem anual, sendo certo que a implementação desse item será comprovada à ANBIMA por meio da apresentação do programa de formação e do programa de reciclagem anual em versões limpa e com marcas de revisão, devendo, ainda, aplicar treinamento reestruturado a todos os assessores de investimentos vinculados, bem como apresentar lista contendo todos os assessores de investimento (pessoas jurídicas e, em segundo nível, pessoas físicas), contendo informação sobre efetiva participação no treinamento e, para os casos de não participação, justificativa da instituição para tanto;

(v) contratar empresa de auditoria independente, com comprovada experiência no mercado de capitais e, em específico, na atividade de distribuição de produtos de investimento, para verificar, de forma independente, a implementação e a efetividade das medidas descritas acima e apresentar conclusão expressa acerca da aderência das práticas observadas às obrigações aqui estabelecidas, indicando, de forma objetiva, eventuais deficiências remanescentes e as recomendações necessárias à sua correção (“Parecer da Auditoria”). Caso o Parecer da Auditoria identifique deficiências, não conformidades, fragilidades ou recomende melhorias: (a) a Instituição deverá apresentar à ANBIMA plano de ação contendo as medidas corretivas e/ou de aprimoramento a serem implementadas, bem como os respectivos prazos (“Plano de Ação”); e (b) a Instituição deverá encaminhar à ANBIMA evidências da implementação das medidas previstas no Plano de Ação; e

(vi) realizar contribuição financeira no valor total de R\$ 497.000,00 (quatrocentos e noventa e sete mil reais), destinada ao custeio de eventos e ações educacionais a serem promovidos e/ou realizados sob coordenação da ANBIMA.

