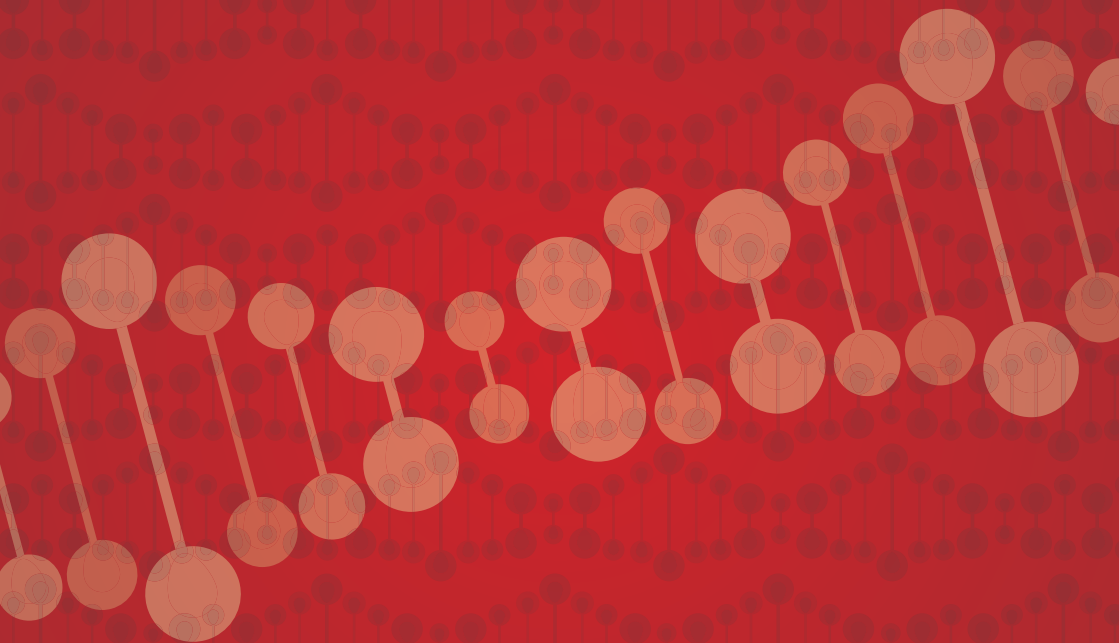


CÓDIGO DE ÉTICA



ESTE É O NOSSO DNA



Grupo Herval

SUMÁRIO

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
1.1 Introdução	4
1.1.1 Apresentação: O histórico do Grupo Herval com a ética	4
1.1.2 A essência do Grupo Herval	5
1.1.3 Princípios éticos que norteiam o Grupo Herval	7
2 A VALORIZAÇÃO NOS RELACIONAMENTOS	8
2.1 Relacionamentos Internos	9
2.1.1 Valorização das pessoas e liderança responsável	9
2.1.2 Integridade nas relações interpessoais para evitar conflitos de interesse	10
2.2 Relacionamentos Externos	11
2.2.1 Acionistas e investidores	11
2.2.2 Fornecedores de produtos e serviços e parceiros de negócios (terceiros)	12
2.2.3 Órgãos governamentais e reguladores	12
2.2.4 Associações e entidades de classe	12
2.2.5 Atividades político-partidárias	12
2.2.6 Concorrentes	13
2.2.7 Comunidade e meio-ambiente	13
3 GESTÃO DO CONHECIMENTO, COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	14
3.1 Gestão do Conhecimento	15
3.2 Compromisso com a comunicação e a proteção dos ativos de informação	15
3.2.1 Imprensa	16
3.2.2 Marketing	17
4 GESTÃO DO CÓDIGO	18
4.1 Comitê de ética	19
4.2 Procedimentos perante dúvidas, situações conflitantes ou ações contrárias aos princípios deste Código de Ética	19
4.3 Violações da conduta frente ao Código de Ética	20
4.4 Termo de responsabilidade e compromisso com o Código de Ética	22

1 INTRODUÇÃO

1.1 INTRODUÇÃO

A decisão de escrever o “nosso” Código de Ética partiu da reflexão e do sentimento de retratar as linhas mestras que orientam a nossa política de relacionamento e comportamento diários. Sentimos a necessidade de explicitar a postura da empresa em face aos diferentes públicos com os quais interagimos diretamente, vinculado ao motivo da existência e criação do Grupo Herval. Consideramos a importância das pessoas que participaram da criação da empresa, daquelas que já trabalharam e daquelas que estão conosco.

Desta forma, o nosso Código de Ética deve servir de inspiração aos corações e mentes de todos nós, colaboradores do Grupo Herval, sendo o Guia Prático de Conduta Pessoal e Profissional. Assim recebemos o principal norteador de nossas interações e decisões diárias.

ABRANGÊNCIA

Este Código de Ética aplica-se a todos os Conselheiros, Diretores e demais colaboradores de todas as subsidiárias e sociedades controladas do Grupo Herval. Os pressupostos apresentados neste Código devem estar presentes nas relações com nossos fornecedores, clientes, acionistas, prestadores de serviços, concorrentes, órgãos públicos, instituições financeiras, imprensa, comunidade e opinião pública.

Além disto, determina as normas pelas quais todos devemos pautar nossas condutas funcionais no exercício de nossas atividades diárias, bem como nos relacionamentos internos e externos, no âmbito de nossas atribuições hierárquicas. Assim estaremos zelando para que este Código seja amplamente divulgado e adequadamente cumprido para fortalecer os princípios e valores do Grupo Herval.

1.1.1 APRESENTAÇÃO: O HISTÓRICO DO GRUPO HERVAL COM A ÉTICA

O nosso Grupo Herval foi fundado em 1959 como uma madeireira localizada em um distrito do município de Dois Irmãos, interior do Rio Grande Sul. Arrojo e aprendizado nos mantiveram no caminho certo do compromisso com a cidadania, a força do trabalho, e nossos valores éticos. Valores como a lealdade, a honestidade e a vontade de progredir, além do desejo de nos tornarmos o que somos hoje: uma empresa sólida como uma rocha.

A partir de 2009, entramos em uma nova era. Com novas marcas, novo posicionamento e diversificação dos negócios. E sempre com a mesma personalidade e paixão da nossa concepção, a de tornar todos os produtos e marcas do Grupo Herval um símbolo de qualidade única capaz de atender a diversos públicos com diferentes necessidades. Nesta continuidade mais pessoas foram agregadas à nossa família e à alma do Grupo Herval, que foi ficando mais iluminada. Então percebemos que havia uma requisição especial quanto ao reconhecimento do seu jeito de ser, pensar e agir.

Desde o início valorizamos a Ética, que expressa no seu conceito legítimo: a moral, o fazer correto ou virtuoso. Desta forma, através da descrição deste Código, declaramos o nosso

engajamento numa realidade social pela definição legítima da boa conduta. Da conduta verdadeira e necessária, que como representação simbólica depõe com uma placa na entrada de nossa Matriz com o seguinte dizer:

“Bem vindo ao Grupo Herval, formado por empresas e profissionais qualificados, éticos, sócio e ecologicamente responsáveis.”

1.1.2 A ESSÊNCIA DO GRUPO HERVAL

O conceito do jeito Ser, Pensar e Agir do Grupo Herval é de empresa familiar, com diferentes correntes, sendo algumas mais conservadoras e outras mais progressistas, trazendo no seu DNA o foco em resultado. Gerar resultados para o Grupo Herval é sustentar a sua razão de existir, principalmente para os acionistas, investidores, colaboradores, comunidades, estado e país onde atua. É fazer acontecer através do trabalho, criar produtos ou vender mercadorias com prestação de serviços honestos, pautados na ética e no respeito às pessoas, funcionários ou clientes; através de produtos de qualidade gerando bem estar e atendendo as expectativas dos clientes.

É uma empresa movida por muita energia e por muito trabalho dos diretores, colaboradores e por pessoas empreendedoras que querem o seu crescimento. São pessoas preocupadas e empenhadas em fazer o certo. Empenhadas para construir uma empresa sólida que respeita as pessoas, as leis, que arrecada impostos, e gera um bem estar social para desenvolver o progresso das comunidades através do reinvestimento constante dos resultados na sua própria operação e pelo desejo de crescer e se aprimorar de forma sólida e constante a cada dia que passa. Este circuito gera riqueza, segurança, e bem estar a todos que fazem parte do seu contexto e, com os impostos que recolhe, oportuniza a construção de escolas, creches, ruas, saneamento; colaborando para uma administração pública do Estado e do País com mais qualidade.

A honestidade e a seriedade são o nosso foco fundamental. É o que move o nosso pensar e nosso crescimento. O crescimento é medido pela empregabilidade: os valores positivos de caráter que confirmam o jeito de ser. O funcionário deve se sentir orgulhoso por essa coexistência, por segurança da interdependência e do próprio movimento. Nossos princípios éticos são: o cliente como razão da existência, a transparência, o respeito à concorrência, o crescimento das pessoas e o respeito as diferenças individuais; precisam ser as diretrizes dos nossos comportamentos individuais dentro e fora da empresa.

Corre nas veias do Grupo Herval um significado de integridade. Uma conduta correta, educada, honesta, humilde e íntegra. Íntegra na relação do respeito e da moral para com todos os clientes e funcionários do Grupo. A empresa mostra-se com tradição de ajudar quem a ajuda através do comprometimento das pessoas. Fazer parte de um grande grupo é motivo de orgulho principalmente de um grupo que vem crescendo continuamente e fazendo com que o colaborador tenha orgulho por fazer parte deste crescimento.

Os funcionários de forma geral, principalmente os mais antigos, que sabem das origens humildes e do esforço de todos para chegarmos até aqui, e da sua própria participação

INTRODUÇÃO

neste contexto, sabem desta humildade. Nunca devemos perder o senso de justiça e ética que nos move, o espírito de empreendedorismo e do trabalho que nos faz crescer; pois sabem o que o Grupo representa para milhares de colaboradores diretos como eles, suas famílias, e comunidades onde vivem.

Com esta prática perguntamos: como divulgar o nosso código de ética? O código de ética deve ser bem divulgado entre o público interno e externo que tem relação com o Grupo. A comunicação para com os funcionários é de extrema importância e espera-se que todos tenham a compreensão de que o código de ética e conduta vem para benefício próprio de quem vem para ter um relacionamento mais transparente e próximo do Grupo. Espera-se que cada colaborador tenha a responsabilidade de praticar as orientações do código e que difunda e multiplique estas condutas para com seus colegas do Grupo Herval e a todos que se relacionam com ele. Que tenham um balizador que indique como devem agir, se comportar, e desenvolver suas atividades dentro da empresa, formando um bom ambiente de trabalho, um espírito de equipe, de comprometimento com os princípios éticos, sobretudo com geração de resultados e cumprimento de metas. É preciso que cada colaborador evolua tal qual a humanidade evolui, que seja justo e correto com todos que ajudam a empresa a escrever sua história.



1.1.3 PRINCÍPIOS ÉTICOS QUE NORTEIAM O GRUPO HERVAL

A ética profissional é um fator de sobrevivência e tem como base sua cultura organizacional - que é a sua origem e a sua essência, citado no item anterior. Nesse caso, está relacionada à imagem do Grupo Herval traduzida pela visão consciente de benefícios mútuos e crescimento nas relações.

Portanto, os princípios éticos demonstram a identificação dos valores praticados por toda a organização. Para a concretização desse relacionamento é necessário que todos nós possamos desenvolver, na prática, o conteúdo do nosso Código de Ética. O sucesso do Grupo Herval depende de todos nós, que transformamos os objetivos, metas, projetos, e até mesmo a ética, em realidade. Por isso é importante o comprometimento de nós todos e a aliança com a Missão da empresa.

A missão da empresa está:

- na concentração de esforços para superar as expectativas, tanto dos clientes internos, como externos;
- no respeito às pessoas acima de tudo, aos seus valores, crenças, cores, gostos e demais paradigmas individuais;
- na parceria e no compartilhamento das ações para edificar resultados concretos;
- na convivência harmoniosa com a comunidade preservando suas origens, costumes, a cultura e o meio ambiente.

A composição desses valores fornece diretrizes de compromisso, zelo e honestidade, para que todos nos sintamos seguros ao adotarmos formas éticas de conduzir a nossa rotina de trabalho.

Dessa forma, garantimos a homogeneidade na forma de encaminhar questões específicas, culminando em diversos resultados positivos. É preciso acreditar na possibilidade de explorar um caminho que abra espaço para que todos possamos percorrer juntos, sem antagonismo, os valores intangíveis e os resultados econômicos.

2 A VALORIZAÇÃO NOS RELACIONAMENTOS

2.1 RELACIONAMENTOS INTERNOS

2.1.1 VALORIZAÇÃO DAS PESSOAS E LIDERANÇA RESPONSÁVEL

A Valorização das pessoas, da autoestima pessoal e profissional, é responsabilidade de todos, e deve ser assumida como dever de todos. Portanto, para valorizar as ações diárias é necessário cumprir deveres alicerçados nos Valores da empresa para o exercício de cargo ou função; ter consciência da responsabilidade de nossas funções e de que não devemos utilizá-las em benefício próprio ou de terceiros; reforçar o mérito, como principal fator de avaliação dos funcionários da Organização e também o respeito e proteção à privacidade e confidencialidade das informações dos colaboradores.

O ambiente de trabalho, no quesito Valorização das Pessoas, representa a essência da cultura organizacional e está diretamente vinculado a:

- valorização das relações familiares sem o gerenciamento direto entre parentais;
- propiciar oportunidades de crescimento profissional;
- proporcionar ambiente seguro e saudável com liberdade de expressão e respeito à integridade e privacidade das pessoas em relação as suas escolhas desde que não afetem as relações de equidade;
- coibir qualquer ato de assédio verbal, moral, sexual ou racial, não admitindo a sua prática nas relações de trabalho;
- zelar pelo pleno respeito e atendimento as leis do trabalho da forma permitida pelas leis nacionais e pela OIT – Organização Internacional do Trabalho;
- impedir de todas as formas o trabalho infantil.

A Liderança Responsável se expressa no exercício da liderança especialmente pela dedicação do seu tempo, de sua presença, de sua experiência com foco nas competências essenciais da empresa, e, sobretudo pelo seu exemplo. Seja nas ações de contratação com base na gestão de Recursos Humanos (RUMOS), na capacitação e desenvolvimento, avaliação de desempenho e feedback.

Os líderes têm a obrigação de contribuir para que seus subordinados cumpram integralmente este Código de Ética devendo:

- divulgar o conteúdo deste Código de Ética e apoiar a conscientização sobre sua necessidade e observância cumprindo suas diretrizes, evitando assim que qualquer colaborador ou prestador de serviço cometa uma violação por falta de informação;
- criar uma cultura que gere a observância deste Código e incentivar os colaboradores a apresentar dúvidas e preocupações com relação à sua aplicação;
- levar ao conhecimento do **Comitê de Ética** através dos canais disponibilizados, sem

pre que identificar a violação deste Código.

2.1.2 INTEGRIDADE NAS RELAÇÕES INTERPESSOAIS PARA EVITAR CONFLITOS DE INTERESSE

Nas relações interpessoais, sejam elas comerciais, políticas ou pessoais, atitudes perigosas às vantagens materiais em favor próprio ou de terceiros (parentes, amigos e demais participantes) ficarão caracterizadas como descumprimento da responsabilidade no relacionamento, incluindo os seguintes itens:

- dispor de informações confidenciais que, se utilizadas, possam trazer vantagens pessoais;
- aceitar benefícios, diretos ou indiretos, que possam ser interpretados como retribuição ou para obter posição favorável do Grupo Herval em negócios de interesse de terceiros;
- aceitar tarefa ou responsabilidade externa que afete o seu desempenho no Grupo Herval;
- adquirir ações de empresas com as quais o Grupo Herval se relaciona sejam estas clientes, fornecedores, prestadores de serviço ou concorrentes, com base em informações privilegiadas, ou mesmo fornecer essas informações a terceiros;
- utilizar recurso do Grupo Herval para atender a interesses particulares.

- Evitar atos discriminatórios baseados em paradigmas e percepções pessoais e manter o conceito de justiça fundamentada na igualdade de tratamento, com a disposição para se reconhecer no outro, para a preservação da individualidade e privacidade, de quaisquer atos discriminatórios, tais como: origem, condição social, posição hierárquica, grau de escolaridade, religião, crença ou filosofia de vida, deficiência, situação militar, cor, raça, sexo, orientação sexual, estado civil, situação familiar, ideologia política, esportiva ou associação com entidades de classe, ou qualquer outra condição protegida por lei. Portanto, todos os Colaboradores do Grupo Herval devem seguir os padrões éticos e de sigilo, pelos quais são incentivados e responsabilizados, regidos pela descrição padrão abaixo:

- a) Cliente como razão da existência da Organização.
- b) Transparência em todos os relacionamentos internos e externos.
- c) Respeito à concorrência.
- d) Crença no valor e na capacidade de desenvolvimento das pessoas.
- e) Respeito à dignidade e diversidade do ser humano.
- f) Responsabilidade socioambiental, com promoção e incentivo de ações para o desenvolvimento sustentável.



2.2 RELACIONAMENTOS EXTERNOS

A relação com os clientes deve ser pautada nas boas práticas comerciais, atitudes éticas e zelo nas informações. Para enaltecer um relacionamento construtivo com os clientes, é necessário:

- Padronizar o atendimento ao cliente com princípios éticos;
- Aprimorar o relacionamento de fidelização profissional;
- Reforçar os processos de negociação com resultado para empresa;
- Visar não favorecer clientes em decorrência das relações em qualquer âmbito;
- Primar pela legalidade.

2.2.1 ACIONISTAS E INVESTIDORES

Observar fielmente as diretrizes constantes nas políticas de divulgação de ato ou fato

relevante e de negociação, aprovadas pelo Conselho de Administração do Grupo Herval, e baseadas nas regras de Governança Corporativa, com comunicação transparente, precisa e oportuna. Tanto a distribuição de resultados quanto a divulgação de informações deverão ser feitas de forma absolutamente justa, sem criar privilégios.

2.2.2 FORNECEDORES DE PRODUTOS E SERVIÇOS E PARCEIROS DE NEGÓCIOS (TERCEIROS)

A relação do Grupo Herval com seus fornecedores e prestadores de serviços exige transparência e lisura nos relacionamentos comerciais. A seleção e o desenvolvimento de fornecedores devem estar pautados em fatores técnicos, custo, qualidade e no atendimento de todas as obrigações legais, razão pela qual é necessário que estejam em conformidade com as exigências trabalhistas, legais, ambientais, sanitárias e de segurança, bem como no cumprimento de boas práticas sociais e ambientais que lhes cabem e, mais ainda, que sejam publicamente reconhecidos como idôneos.

2.2.3 ÓRGÃOS GOVERNAMENTAIS E REGULADORES

Coibir qualquer concessão de vantagem ou privilégio a agentes públicos, assim como não permitir que projetos de incentivo sejam realizados sem a devida aprovação da Direção. Sendo assim essa relação deve acontecer, zelando por:

- Primar pela honestidade e integridade quanto aos contatos e relações com órgãos públicos;
- Não aliciar e ser aliciado quanto a recebimento, oferecimento, negociações de cunho financeiro com qualquer órgão governamental.

2.2.4 ASSOCIAÇÕES E ENTIDADES DE CLASSE

Reconhecer o importante papel das Associações e Entidades de Classe legalmente constituídas, por intermédio de suas iniciativas e práticas, sempre dispostos a dialogar em qualquer situação que envolva o Grupo Herval, objetivando uma solução mutuamente satisfatória, respeitando a legislação em vigor, os princípios éticos e as práticas de mercado.

2.2.5 ATIVIDADES POLÍTICO-PARTIDÁRIAS

O Grupo Herval, através do seu Conselho Administrativo, não tem restrições a que os colaboradores exerçam seus direitos político-partidários, desde que em caráter estritamente pessoal e sem prejuízo para suas atividades profissionais. Esse fato deve ser comunicado previamente e no período que antecede o pleito, observando a restrição quanto à promoção de campanhas eleitorais ativas de forma individual e coletiva, nas dependências da empresa

ou valer-se do cargo ou utilizar o nome da empresa para promoção política e convencimento.

2.2.6 CONCORRENTES

Os concorrentes oportunizam reações positivas para o mercado de trabalho e melhorias contínuas e constantes, para o alcance de melhores resultados. Portanto, para garantir a condição ética necessária, é preciso primar por concorrência leal, respeitando os princípios e valores da empresa; não denegrir a imagem dos concorrentes; usar de discrição quanto a informações estratégicas de e para concorrentes.

2.2.7 COMUNIDADE E MEIO AMBIENTE

2.2.7.1 COMUNIDADE

Primar pela cultura local e praticar a responsabilidade social, incentivando a prática de atividades culturais e sociais de forma voluntária, como projetos educacionais, sociais, culturais, técnicos, sócio educativos, inclusão social, inserção ao primeiro emprego e demais boas práticas existentes e aplicadas junto a parceiros.

2.2.7.2 MEIO AMBIENTE

Coexistir integralmente com ações que vislumbram o meio-ambiente, a sustentabilidade, e a preservação dos ecossistemas onde o Grupo está inserido, seja através de práticas e cuidados essenciais nos processos de fabricação, manipulação, transporte e disposição de seus resíduos, ou do uso consciente de recursos naturais. Adotar condutas proativas, nos aspectos relacionados à gestão ambiental, tais como:

- Disseminar a informação, a todos os colaboradores, sobre os procedimentos adotados em relação ao meio ambiente;
- Realizar a coleta seletiva de resíduos para o sucesso do programa ambiental;
- Evitar situações consideradas lesivas ao meio ambiente, e quando ocorrerem, informar prontamente o departamento responsável, para o seguimento de medidas cabíveis necessárias;
- Combater o desperdício, em todas as suas formas, como o consumo desnecessário de água e energia elétrica.

3 GESTÃO DO CONHECIMENTO, COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

3.1 GESTÃO DO CONHECIMENTO

A Gestão do Conhecimento no Grupo Herval é integrada à criação de processos com total identificação dos princípios éticos e para a disseminação e utilização do conhecimento com os objetivos da organização. Portanto, toda abordagem, em Treinamento e Desenvolvimento, deve permear a essência do Código de Ética e das atitudes comportamentais praticadas em sintonia com as normativas da empresa, pois é no conhecimento que se baseiam as competências competitivas essenciais para a continuidade e construção da história da empresa.

3.2 COMPROMISSO COM A COMUNICAÇÃO E A PROTEÇÃO DOS ATIVOS DE INFORMAÇÃO

Todos os colaboradores do Grupo Herval devem, em suas ações dentro e fora do ambiente corporativo, proteger o patrimônio físico e intelectual da Companhia, que inclui a sua marca e demais bens intangíveis, bens móveis e imóveis, tecnologia, estratégias de negócios e de comercialização, informações, pesquisas e dados. Esse patrimônio não pode ser utilizado para a obtenção de vantagens pessoais e nem fornecido a terceiros, para qualquer fim, salvo os dispositivos de contrato celebrados em conformidade com as normas internas da empresa. Zelar para que informações confidenciais ou restritas de terceiros, que estejam disponibilizadas ao Grupo Herval, sejam tratadas com a devida confidencialidade. São confidenciais todas as informações que não sejam de domínio público, como os dados técnicos e comerciais sobre produtos, objetivos, táticas e estratégias de negócios e de comercialização, orçamentos anuais, planejamento de curto, médio e longo prazo, volume e condições de vendas, resultados de pesquisas, dados estatísticos, financeiros e contábeis, bem como quaisquer outras informações ou dados que estejam vinculados ou relacionados com o interesse da empresa. Portanto, os itens a seguir devem ser rigorosamente respeitados:

- Deve ser mantida estrita confidencialidade sobre qualquer informação sigilosa ou estratégica da Empresa, não devendo ser divulgadas tais informações a terceiros, exceto no estrito interesse empresarial da Empresa ou no atendimento às normas legais.
- Somente pessoas autorizadas podem fornecer informações relevantes a terceiros.
- Não se admite a utilização ou a divulgação de quaisquer informações confidenciais da Empresa para qualquer propósito de interesse pessoal, com benefícios para si ou para terceiros.
- Todos devem primar, por meio de suas atividades, com a qualidade das informações e, nesse sentido, têm o dever de manter todos os registros e relatórios de maneira adequada e em conformidade com as leis aplicáveis. Sendo disponibilizada de forma precisa e completa aos grupos de interesse.



3.2.1 IMPRENSA

Todas as informações do grupo Herval, com o intuito de serem divulgadas à imprensa, devem ser precisas e transparentes e devem estar de acordo com princípios alicerçados na verdade e em conformidade com a legislação vigente. Esse contato deve ser pautado na estratégia de Marketing, e será realizado por colaborador especialmente designado, de forma a manter a relação de confiança com os meios de comunicação e a imagem positiva das empresas pertencentes ao Grupo Herval, junto à opinião pública.

Também é dever de todos os funcionários e prestadores de serviços zelar pela imagem e reputação da empresa. Não é permitido a nenhum colaborador dar qualquer tipo de entrevista ou consentir tomada de imagem sua ou de seu local de trabalho, seja em vídeo, fotografia ou qualquer outra maneira de registro visual, sem a devida autorização.

3.2.2 MARKETING

Toda divulgação publicitária ou qualquer outra ação de marketing para os diferentes públicos do Grupo Herval deve ser verdadeira e evitar exageros, sem arrogância, prepotência e preconceito. A companhia seguirá com a ciência de que toda ação de marketing é uma ação de negócio e que a ética do marketing está inserida nos negócios, uma vez que o plano de marketing está sempre atrelado com o planejamento estratégico. Portanto, no exercício de marketing deve-se observar a postura ética empresarial definida pela companhia como um todo, instaurada explícita ou implicitamente na missão organizacional. O esforço de marketing deve estar aliado ao progresso da companhia e na direção do atendimento às necessidades e objetivos da empresa, mas evitando prejudicar de forma deliberada quem quer que seja, através das seguintes atitudes:

- Respeitar de forma rigorosa o direito à privacidade dos cidadãos e clientes com os quais se relacione;
- Zelar para que não resulte, direta ou indiretamente, qualquer agressão ou prejuízo ao meio ambiente ou ao patrimônio natural do planeta ou ainda ao patrimônio cultural do país, incluindo o idioma, e ainda qualquer espécie de discriminação por motivos de ordem religiosa, sexual, étnica, política, classe social, aparência, nacionalidade, estado civil e quaisquer outros que gerem constrangimento e prejuízos a imagem de outros;
- Contratar e relacionar-se com fornecedores e parceiros que sigam as mesmas orientações da empresa no sentido ético;
- Jamais distribuir informações falsas ou enganosas;
- Criar produtos respeitando a legislação vigente, a ética e as normas de referência locais e internacionais;
- Definir preços justos aos seus produtos;
- Informar o cliente de forma clara e completa.

Ainda dentro do escopo de cada empresa do Grupo, as marcas devem seguir uma comunicação direcionada para os públicos a que cada uma dessas empresas se destina, aliada aos princípios fundamentais gerais do Grupo Herval, citados anteriormente. A publicidade institucional deve ainda ser adequada ao posicionamento do Grupo e seguir orientação sobre o controle da Marca e Comunicação Corporativa.

4 GESTÃO DO CÓDIGO

4.1 COMITÊ DE ÉTICA

A Gestão do Código será realizada pelo Comitê de Ética, que será responsável pela análise exclusiva dos casos morais. Além de variadas ações de esclarecimento e de divulgação, haverá periodicamente ações de reforço, que versarão principalmente sobre a compreensão e a prática das normas do Código de Ética.

O Comitê de Ética é composto por membros nomeados pelo Conselho de Administração do Grupo Herval. É o órgão responsável pela proposição de ações quanto à disseminação e cumprimento do Código de Ética Corporativo, de modo a assegurar sua eficácia e efetividade.



4.2 PROCEDIMENTOS PERANTE DÚVIDAS, SITUAÇÕES CONFLITANTES OU AÇÕES CONTRÁRIAS AOS PRINCÍPIOS DESTES CÓDIGO DE ÉTICA

O Código de Ética legitima as políticas estabelecidas pela Empresa. É um guia de conteúdo ético, a ser seguido tanto na vida pessoal como na profissional. Porém, nem todas as situações práticas podem ser abrangidas e detalhadas e podem surgir de forma inesperada em

nosso cotidiano. Dessa forma, o Comitê de Ética solicita o bom senso de julgamento, a leitura prévia do código vigente e a consulta, em caso de dúvidas, à Ouvidoria Interna – canal receptor do Código de Ética Informatizado – para detalhar suas dúvidas e questões conflitantes. Cabe ao Conselho Administrativo, aos Diretores, Gestores, Equipe de RH e Comitê de Ética a responsabilidade e um posicionamento a respeito.

4.3 VIOLAÇÕES DA CONDUTA FRENTE AO CÓDIGO DE ÉTICA

Violações cotidianas ligadas ao Código de Ética estão sujeitas às ações de avaliação e aplicação de sanções disciplinares, independentemente do nível hierárquico, sem prejuízo das penalidades legais cabíveis. As sanções disciplinares poderão ser desde advertências verbais até suspensões ao trabalho.

Denúncias e manifestações através da Ouvidoria – canal receptor informatizado –, por parte de colaboradores ou de terceiros que tenham conhecimento de violações ao Código de Ética, bem como quaisquer informações acerca de eventual descumprimento de dispositivos legais aplicáveis ao Grupo Herval, podem ser feitas de forma anônima ao Comitê de Ética através dos canais físicos ou eletrônicos existentes.

As ações de Gestão e Disciplinares do Comitê de Ética estão descritas no Estatuto do Comitê Interdisciplinar do Código de Ética.

Entre em contato com a ouvidoria do Código de Ética através dos seguintes canais de comunicação:

Telefone: 51 3564.8408

Ramal Interno: 8408

E-mail: ouvidoria.etica@herval.com.br

Canais Físicos: Urnas distribuídas nos murais do parque industrial de Dois Irmãos e Novo Hamburgo

4.4 TERMO DE RESPONSABILIDADE E COMPROMISSO COM O CÓDIGO DE ÉTICA

Eu,....., código funcional número , integrante do Grupo Herval, declaro:

a) ter recebido, neste ato, cópia do "Código de Ética do Grupo Herval";

b) ter conhecimento do inteiro teor do referido Código e estar de pleno acordo com o seu conteúdo que li e entendi ,comprometendo-me a cumpri-lo fielmente durante toda a vigência de meu contrato e, após, no que for cabível;

c) ter conhecimento que as infrações a este Código serão analisadas estando sujeitas às ações disciplinares aplicáveis independentemente do nível hierárquico sem prejuízo das penalidades cabíveis;

d) estar ciente que as diretrizes e valores sustentados na descrição deste Código de Ética são factíveis de mudanças conforme necessidades vigentes.

Dois Irmãos, de de

.....
Assinatura do Colaborador



51 3564.8408
Ramal Interno: 8408
ouvidoria.etica@herval.com.br



Grupo Herval

51 3564.8300
Rodovia BR 116, Km 223,5
Dois Irmãos | RS

www.herval.com.br