

# CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA

OUTUBRO DE 2022



## Sumário

I. ESCOPO.....	2
II. MISSÃO.....	2
III. VISÃO.....	2
IV. VALORES.....	2
V. COMPROMETIMENTO DA DIREÇÃO.....	2
VI. COMITÊ DE COMPLIANCE.....	2
VII. CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA.....	3
VIII. COMPROMETIMENTO E SERIEDADE.....	3
IX. SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL.....	3
X. TOMADA DE DECISÕES.....	3
XI. CONFLITO DE INTERESSES.....	3
XII. RELACIONAMENTO INTERNO – RESPEITO MÚTUO.....	4
XIII. RELACIONAMENTO EXTERNO – CLIENTES.....	4
XIV. RELACIONAMENTO EXTERNO – CLIENTES PÚBLICOS.....	5
XV. RELACIONAMENTO EXTERNO – FORNECEDORES.....	5
XVI. RELACIONAMENTO EXTERNO – CONCORRENTES.....	5
XVII. CONFIDENCIALIDADE E SIGILO INDUSTRIAL.....	6
XVIII. IMAGEM E CULTURA DA EMPRESA.....	6
XIX. PROGRAMA DE INTEGRIDADE.....	6
XX. CANAIS DE SUPORTE.....	6
XXI. CANAIS DE DENÚNCIA.....	6
XXII. PRIVACIDADE.....	7
XXIII. FISCALIZAÇÃO E EFETIVIDADE.....	7
XXIV. DO TRATAMENTO AS NÃO CONFORMIDADES.....	7
XXV. SANÇÕES E PROCESSO DE ADEQUAÇÃO.....	7
XXV. CONDIÇÕES GERAIS.....	7

## I. ESCOPO

---

Com o compromisso e responsabilidade corporativa, a Nova Água Mineral Serra da Mantiqueira Ltda, tem como principal escopo a condução de confiança com todos os colaboradores, parceiros, clientes, entes governamentais e a comunidade. Este compromisso é expresso inicialmente pelo nosso Código de Ética, que é elaborado, estruturado e constantemente revisado em torno das normas que refletem nossa cultura, missão e nossos valores, com o objetivo de perpetuar uma cultura de integridade, sustentabilidade, honestidade, transparência e política de boas condutas.

## II. MISSÃO

---

Envasar água mineral com produtos de qualidade e segurança nos processos produtivos, com excelência no atendimento aos clientes, primando pela ética nas condutas e relacionamentos com nossos colaboradores, fornecedores, clientes e toda a sociedade.

## III. VISÃO

---

Ser reconhecido como referência em qualidade de água Mineral envasada, perpetuando a marca no mercado nacional e quanto a excelência no atendimento aos clientes e parceiros.

## IV. VALORES

---

Qualidade e com continua melhoria dos produtos e processos, buscando a satisfação total dos clientes e consumidores e pautada na responsabilidade ambiental e social.

## V. COMPROMETIMENTO DA DIREÇÃO

---

O presente código é pensado e estruturado pela alta direção, juntamente com o Comitê de Compliance, os quais estão inteiramente comprometidos com a efetiva implementação e eficácia das normas de conduta estabelecidas.

## VI. COMITÊ DE COMPLIANCE

---

O comitê de Compliance é liderado pelo *Compliance office* Jackson Vinicius Dias Rodrigues, o qual possui inteira autonomia na condução da implementação e fiscalização do programa, o qual exercerá por um período de um ano, podendo ser retirado do cargo somente por fundado motivo, devidamente homologado pela comissão de Compliance.

Essa comissão é formada por Roggers Antonio Viera, Osmar Pereira da Silva e Agenor Rivoli Noronha.

## VII. CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA

Esse Código de Ética contempla as principais orientações éticas e morais que devem conduzir as relações internas, negociais e governamentais da empresa. Ele é aplicável a todos os colaboradores, fornecedores, clientes e terceiros.

## VIII. COMPROMETIMENTO E SERIEDADE

Dentre os valores da empresa, a busca pela excelência com ética e transparência, é pilar de sustentação da história e do crescimento da Água Mantiqueira, razão pela qual a alta direção e os colaboradores se comprometem com o presente código e pelo cumprimento das leis, prestando pela sua aplicabilidade e eficiência.

## IX. SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

Dentre as prioridades da empresa, a proteção ao meio ambiente equilibrado é alicerçada com a observância das normas ambientais e, em programas de combate a poluição e fomento à sustentabilidade, tais como a preservação e manutenção das nascentes e fontes, proteção a fauna e flora e destinação correta dos resíduos.

## X. TOMADA DE DECISÕES

Toda e qualquer decisão a ser tomada no âmbito interno, negocial ou que esteja relacionada de qualquer forma a estrutura empresarial, devem ser tomadas observando as seguintes diretrizes:

- Trata-se de decisão contrária à legislação? **NÃO DEVE SER TOMADA!**
- Trata-se de decisão contrária ao presente código de ética, valores ou cultura da empresa? **NÃO DEVE SER TOMADA!**

Na dúvida em qualquer das perguntas acima, ou na inexistência de algum conflito de interesses, o supervisor direto ou o Comitê de Compliance deve ser consultado.

## XI. CONFLITO DE INTERESSES

O conflito de interesse ocorre sempre que houver algum benefício próprio em confronto à ética ou aos interesses da empresa. Para fins de evitar tais situações, deve ser evitado:

- Recrutar ou manter na equipe amigos íntimos, parentes e cônjuge baseado somente nos vínculos e não nas capacidades, habilidades e ações;
- Receber vantagens e presentes, salvo brindes de valores irrisórios;
- Comprar ações de empresas, com base em informações privilegiadas;
- Adquirir produtos ou serviços em condições privilegiadas de fornecedores da empresa;
- Adquirir ações de fornecedores;

Na dúvida, sobre qualquer das situações acima, o supervisor direto ou o Comitê de Compliance deve ser consultado.

## **XII. RELACIONAMENTO INTERNO – RESPEITO MÚTUO**

O relacionamento interno entre os colaboradores deve prezar pela total urbanidade e respeito, independente da hierarquia que existe. Não se admite em hipótese alguma:

- Condutas que privilegiem ou discriminem qualquer colaborador em função de classe social, cor, gênero, opção sexual, origem, raça, cor, religião, estado civil ou condição física;
- Condutas que causem qualquer constrangimento íntimo ou público;
- Condutas que desrespeitem qualquer norma ou regulamento trabalhista;
- Condutas que coloquem em risco qualquer colaborador;

As condutas acima indicadas serão tratadas com o rigor necessário, independentemente de ocorrerem dentro ou fora das dependências da empresa, seja de forma física ou mediante recursos tecnológicos.

## **XIII. RELACIONAMENTO EXTERNO – CLIENTES**

Todo o trabalho construído e desenvolvido pela empresa tem como pressuposto e inspiração a satisfação do cliente. Com esse objetivo, todo e qualquer relacionamento com o cliente deve observar:

- Transparência na relação, concedendo com prioridade e clareza todas e qualquer informação de interesse do cliente e que não seja protegida por sigilo industrial;
- Priorizar a satisfação do cliente sem infringir qualquer norma ética ou cultura da empresa;
- Respeitar as normas de proteção ao consumidor, em especial ao agir com honestidade na publicidade e venda;
- Conferir atenção especial no pós-venda, permitindo o amplo acesso e esclarecimentos necessários sobre os produtos ou serviços prestados;

- Observação às disposições da **Lei 13.709/18**, que regulamenta a proteção de dados pessoais e a da **Lei 12.965/14**, que regulamenta o **Marco Civil da Internet** (que garante a privacidade e proteção de dados pessoais, mas garante a disponibilização de dados mediante ordem judicial, estabelecendo princípios, direitos e deveres para o uso da **internet** no Brasil).

- Prezar pela segurança do cliente e todas as esferas;

Na dúvida, sobre qualquer das situações acima, o supervisor direto ou o Comitê de Compliance deve ser consultado.

## **XIV. RELACIONAMENTO EXTERNO – CLIENTES PÚBLICOS**

Com base na **Lei Anticorrupção (12.486/13)**, **Lei de Licitações (14.133/21)**, **Lei de Improbidade Administrativa (8.429/92)**, dentre outras normas correlatas, o relacionamento com entes públicos, observará as seguintes diretrizes:

- As propostas e contratos serão conduzidos estritamente como previsto na **Lei de Licitações** e Contratos Públicos;

- Nenhuma vantagem, negócio ou contatos adicionais serão tolerados, senão aqueles estritamente regulamentados na legislação vigente ou procedimentos internos da empresa.

## **XV. RELACIONAMENTO EXTERNO – FORNECEDORES**

Toda relação com fornecedores deve ser conduzida conforme os procedimentos internos de solicitação de propostas, seleção, avaliação e escolha com base nos quesitos da companhia.

A seleção, além das regras definidas no procedimento interno, será conduzida nas seguintes diretrizes:

- Exigir dos fornecedores a observância do presente Código de Ética;

- Priorizar fornecedores que tenham implantado Programa de integridade;

- Selecionar os fornecedores com base em critérios objetivos;

- Selecionar os fornecedores com base na maior qualidade, preço, expertise, maior credibilidade e reputação no mercado;

## **XVI. RELACIONAMENTO EXTERNO – CONCORRENTES**

Toda conduta e tomada de decisão deve priorizar o cliente, pautado na ética e transparência. Sob este alicerce, não será tolerada qualquer conduta que caracterize concorrência desleal e anticompetitiva, tais como:

- Combinação dos preços;

- Divisão de cliente e mercado;

- Uso de informações privilegiadas;
- Prática de **Dupping** (prática ardilosa que tem como objetivo prejudicar a venda de produtos locais de um país com a exportação de produtos similares), **Tipping** (gorjetas ou benefícios) e Antitruste (conjunto de leis que regulam a conduta e a organização de negócios para promover a concorrência e evitar monopólios injustificados).

## XVII. CONFIDENCIALIDADE E SIGILO INDUSTRIAL

Toda e qualquer informação interna é protegida por sigilo industrial, não podendo em hipótese alguma ser divulgada, compartilhada ou relatada externamente sem o expreso consentimento da empresa. Este sigilo atinge igualmente as informações relacionadas aos colaboradores.

## XVIII. IMAGEM E CULTURA DA EMPRESA

Todo colaborador carrega consigo a imagem da empresa, não sendo tolerada condutas que violem a ética, moral e as leis vigentes, tanto no ambiente de trabalho quanto fora dele.

## XIX. PROGRAMA DE INTEGRIDADE

A implementação do programa de integridade ocorrerá da seguinte forma:

- **Treinamentos:** Os treinamentos de capacitação inicial ocorrerão, conforme cronograma definido no PAT (Programa Anual de Treinamento).
- **Reciclagem:** Os treinamentos de reorientação serão repetidos a cada 6 meses, conforme cronograma definido no PAT (Programa Anual de Treinamento).
- **Processo de adequação:** Treinamentos dedicados a colaboradores que agiram ou estiveram envolvidos em condutas não éticas, formada por sessões de conscientização e advertência.

## XX. CANAIS DE SUPORTE

Sempre que houver qualquer dúvida a respeito do atendimento ou não ao presente código sobre uma sobre uma conduta, todo o colaborador terá acesso ao Canal de Suporte acessível por meio do seguinte endereço:

**E-mail:** [administracao@aguaserradamantiqueira.com.br](mailto:administracao@aguaserradamantiqueira.com.br)

## XXI. CANAIS DE DENÚNCIA

Sempre que houver qualquer conduta que infrinja ou coloque em risco a observância ao presente Código de Ética, todo colaborador terá acesso ao Canal de Denúncia acessível por meio do seguinte endereço:

E-mail: [administracao@aguaserradamantiqueira.com.br](mailto:administracao@aguaserradamantiqueira.com.br)

## XXII. PRIVACIDADE

Toda denúncia, suporte, questionamento ou comunicação serão mantidos em total sigilo, os quais deverão ser tratados e dada a devida conclusão somente entre o Comitê de Compliance e envolvidos.

## XXIII. FISCALIZAÇÃO E EFETIVIDADE

A observância das presentes diretrizes será verificadas TRIMESTRALMENTE por meio de auditorias internas, realizadas pelo Comitê de Compliance, os quais manterão relatórios sobre os apontamentos, melhorias e tratamento das eventuais não conformidades.

## XXIV. DO TRATAMENTO AS NÃO CONFORMIDADES

Identificada uma não conformidade, seja pelo Canal de Denúncia, Auditoria ou qualquer outro meio, deverá ser dado o imediato tratamento com a adoção das medidas coercitivas e reparadoras no máximo **15 dias** úteis ao registro.

## XXV. SANÇÕES E PROCESSO DE ADEQUAÇÃO

Todo o colaborador que agir ou estiver envolvido em condutas não éticas, estará sujeito as seguintes medidas:

- Advertência e processo de adequação, no caso de condutas leves, consideradas aquelas que não confira risco ao cliente e não represente qualquer infração ética ou legal;

- Demissão por justa causa, sem prejuízo às ações civis e penais cabíveis nos casos de condutas contrárias ao presente Código de Ética ou lei.

## XXV. CONDIÇÕES GERAIS

Esse código não esgota todas as possíveis questões éticas relacionadas à atividade empresarial, não restringindo eventuais medidas coercitivas qualquer conduta que ofenda o bom senso, a ética e a moral.

O presente Código de Conduta entra em vigor partir de sua divulgação, sem previsão para término, devendo ser revisado, no mínimo a cada 3 anos.



**ROGERS ANTONIO VIEIRA**

Sócio / Administrador