



Código de Ética, Conducta y Conformidad

intelbras
Siempre cerca

Índice

Mensaje del presidente	5
Presentación.....	6
Valores.....	7
Alcance	8
Responsabilidad social.....	10
Salud, seguridad y medio ambiente.....	10
Cumplimiento de leyes y reglamentos	11
Recursos de la empresa	11
Ambiente de trabajo, comportamientos, responsabilidades.....	12
Reglas para quien ejerce cargos de liderazgo.....	16
Proveedores.....	18
Clientes	19
Competidores	20
Obsequios y donaciones.....	21
Relación con accionistas, información contable y de gestión.....	22
Gobiernos, autoridades públicas, corrupción, fraude, soborno.....	23
Comunicación con la prensa.....	24
Divulgación y capacitación.....	25
Aclaraciones, incumplimientos y denuncias.....	26



Mensaje del presidente

Desde 2002, nuestro Código de Ética ha demostrado ser una importante herramienta de gestión que contribuye en la conducción de las relaciones, comportamiento organizacional, postura ética con el mercado, la sociedad y consolidación de nuestras creencias.

Hoy usted está recibiendo la nueva versión del Código de Ética y Conducta de Intelbras, pues así como los demás instrumentos de gestión de nuestra empresa, éste también necesita ser continuamente mejorado para estar siempre alineado a las necesidades de nuestro ambiente corporativo y evolución de las relaciones de mercado.

Deseo que el Código de Ética y Conducta siga siendo un importante aliado en la postura profesional y que todos sean guardianes del cumplimiento de los principios aquí presentados, siguiendo las orientaciones, dando sugerencias, señalando fallas o posibles desvíos. Que pueda ser un instrumento de armonía y paz, favoreciendo el crecimiento personal y profesional de cada uno y sostenible de la Organización.

Atentamente,

Altair Ângelo Silvestri

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of a large, fluid 'A' shape with a long, sweeping tail that curves back towards the main body of the letter.

Presentación

El Código de Ética, Conducta y Conformidad presenta la política de Intelbras en sus relaciones internas, su postura social con quien mantiene negocios y su pensamiento en la conducción de las actividades. Inspirado en los **Valores** de la empresa, en las prácticas éticas y en la legislación vigente, este Código relaciona los principios que forman parte de la cultura organizacional y la creencia de que la conducta ética es la base para el desarrollo de negocios sostenibles.

Este documento proporciona a los colaboradores de la empresa las directrices sobre cómo actuar cotidianamente y en momentos de toma de decisión, reduciendo el riesgo de interpretaciones subjetivas en cuanto a los aspectos morales, éticos y legales concernientes a las relaciones de trabajo. Además, deja claro a los socios comerciales y proveedores nuestra forma de pensar y actuar en el día a día, ayudándoles a mantener relaciones más saludables con Intelbras.

También nos ayuda a adoptar prácticas alineadas con las reglas de conducta interna, así como con la legislación vigente. Es decir, a actuar siempre en conformidad (**COMPLIANCE**) con reglas, procedimientos, políticas y legislaciones.

Este documento tiene una aplicación obligatoria entre nuestros colaboradores y debe servir de referencia para los demás socios. La creación de este Código no tiene el propósito de restringir el desarrollo de los negocios, por el contrario, viene a añadir valor, apoyar el crecimiento y la constante búsqueda por la excelencia, fundamentada en procesos éticos y legales.

Estimulamos la denuncia de cualquier incumplimiento de este Código. En caso de que usted tenga conocimiento de cualquier violación, comuníquela inmediatamente a través de uno de los medios disponibles.

Atentamente,



**Comité de Ética,
Riesgos y Conformidad**

Valores

Esperamos que lea, comprenda y utilice este Código como una herramienta valiosa en su día a día.

Simplicidad: ser objetivo y ágil, haciendo fáciles los procesos, decisiones y relaciones.

Transparencia: proporcionar y comunicar de forma clara y honesta las informaciones y las decisiones.

Seguridad en el negocio: analizar los riesgos al tomar decisiones y acompañar los resultados para no comprometer la salud financiera y el futuro de la empresa.

Calidad: hacer siempre lo mejor, satisfaciendo a clientes, colaboradores y accionistas.

Productividad: utilizar de la mejor forma posible máquinas, materiales, tiempo, dinero, y desarrollar el potencial humano generando el mejor resultado.

Respeto por el ser humano: tratar a todos como le gustaría ser tratado, considerando la individualidad de cada uno.

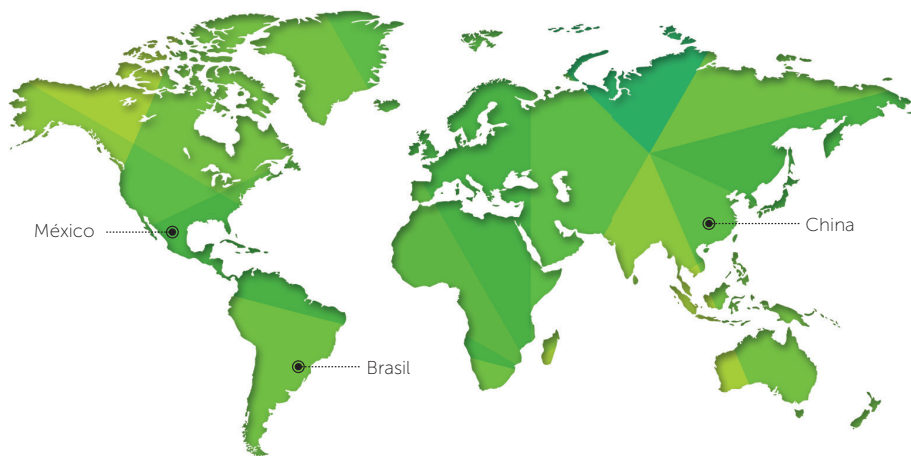
Empresa feliz: de forma responsable, contribuir a que Intelbras tenga un ambiente de trabajo alegre y relajado.

Gestión participativa: dar la oportunidad a las personas para expresar sus opiniones y compartir las decisiones que afectan su trabajo.

Ética: respetar la legalidad y los principios éticos definidos en el Código de Ética, Conducta y Conformidad.

Alcance

Este Código se aplica a todos los accionistas, administradores y colaboradores de Intelbras y es válido en todas las unidades de negocio de la empresa, incluyendo la matriz, sucursales y demás oficinas distribuidas por todo el mundo. Este guiará la conducta en el ámbito del trabajo y de la relación con los clientes, proveedores y tercerizados, así como en la interacción con los agentes públicos, directamente o a través de nuestros socios. De la misma forma, debe ser utilizado como referencia por nuestros socios (distribuidores, integradores, reventas, asistencias técnicas, representantes, proveedores, tercerizados), en la relación de éstos con Intelbras, colaboradores y clientes, sean ellos personas físicas o jurídicas, públicas o privadas.





Responsabilidad social

Es parte de las directrices estratégicas de Intelbras actuar de forma socialmente responsable, respetando a todas las partes involucradas: clientes, colaboradores, accionistas, proveedores, gobiernos y comunidad.

Para nosotros, la misión, los valores, las políticas de calidad, de medio ambiente y de recursos humanos son premisas para la realización de un trabajo serio, que contribuya al desarrollo sostenible.

A través de un conjunto de prácticas y acciones dirigidas a los públicos internos y externos, la empresa busca diseminar sus valores y creencias sobre ciudadanía corporativa.

La política de Responsabilidad Social de Intelbras (PR-GPS-035-RH) refuerza el compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible y el estímulo del voluntariado, con miras a la promoción simultánea del crecimiento económico, la preservación del medio ambiente y la justicia social, así como el cumplimiento irrestricto de la legislación aplicable.

Salud, seguridad y medio ambiente

Intelbras se mantiene constantemente actualizada y comprometida con las exigencias legales relacionadas con la salud, la seguridad y el medio ambiente. Para ello, realiza continuamente capacitaciones y campañas con los colaboradores para que conozcan los procedimientos relativos a estas prácticas, se familiaricen con ellos y los cumplan estrictamente.

Situaciones de emergencia, como accidentes ambientales o de trabajo, deben

ser tratadas de manera responsable y rápidamente informadas al liderazgo del departamento, al área de Calidad y Medio Ambiente, al SESMT (Servicio Especializado en Seguridad y Medicina del Trabajo) y a las autoridades. En caso de que sea necesaria la comunicación externa (medios en general), ésta deberá ser realizada por intermedio del departamento de Marketing, conforme a las directrices del procedimiento PR-MKT-001-INST.

Cumplimiento de leyes y reglamentos

Intelbras conduce sus actividades y negocios según los más altos estándares éticos, respetando las leyes y normas aplicables, incluyendo, sin limitación, normas de salud y seguridad, legislación laboral, fiscal y ambiental y legislación anticorrupción (Ley nº 12.846/13), siendo ésta una prerrogativa de actuación para sus prepuestos, colaboradores, terceros y socios.

Incentivamos la denuncia de toda violación de este Código a través de uno de los canales disponibles, garantizando total secreto en el tratamiento del caso.

Las situaciones contrarias a los principios aquí expuestos serán tratadas de forma reservada y los involucrados responderán proporcionalmente a la violación cometida.

Recursos de la empresa

La privacidad de los colaboradores de Intelbras es respetada, sin embargo, el colaborador debe ser consciente de que los recursos como computadoras, impresoras, redes de internet, líneas telefónicas, materiales, celulares (cuando sea el caso), espacios de comunicación trabajo, entre otros puestos a disposición del trabajo, pertenecen a la empresa y se destinan únicamente a los objetivos profesionales.

Intelbras se reserva el derecho de monitorear el uso de estos recursos. Todos los empleados deben seguir la Política de Seguridad de la Información disponible en la Intranet.

Los colaboradores deben velar por el buen uso y la conservación del patrimonio de la empresa dejado bajo su custodia y la disposición para el trabajo.

Ambiente de trabajo, comportamientos, responsabilidades

Es de responsabilidad de todos, el mantenimiento de un ambiente de trabajo productivo, respetuoso y ético. Para ello, se debe estar atento a las actitudes consideradas antiéticas y/o que dañan los principios de conducta en el ambiente de trabajo, en las relaciones con proveedores, clientes, socios y gobierno.

En resumen, no basta decir que es ético y honesto, es esencial actuar como tal. Esta debe ser una premisa fundamental para todos los colaboradores de la empresa. Se deben evitar situaciones, acciones y comunicaciones que puedan ser percibidas como inapropiadas o antiéticas, ya que pueden causar daños a la imagen del profesional y de Intelbras.



- 1. Es bueno:** dedicarse de forma comprometida y verdadera en el desempeño de sus funciones. Es negligente ver que algo importante tiene que ser hecho y no hacerlo, o dejar de alertar al profesional competente.
- 2. Es bueno:** que su integridad personal y profesional se refleje en su comportamiento. No ponga en riesgo la seguridad física, financiera, patrimonial y moral suya o de Intelbras.
- 3. Es bueno:** cuestionar las situaciones, decisiones y orientaciones contrarias a los principios éticos y de conducta de Intelbras, a la legislación o a sus propios valores. No se intimide al hacer eso. Si es necesario, recurra al liderazgo o al Comité de Ética, Riesgos y Conformidad.
- 4. Es bueno:** presentar críticas constructivas y sugerencias para garantizar la calidad del trabajo y del producto. Se debe basarse siempre en hechos, datos y evidencias.
- 5. Es bueno:** que existan relaciones amorosas entre colaboradores, pero se exige que las relaciones personales se mantengan de forma respetuosa y apropiada para un ambiente de trabajo. En el ámbito de la empresa, la relación debe ser estrictamente profesional.

6. **Es bueno:** asumir el compromiso de dar retorno a cualquier cuestionamiento/contacto de trabajo proveniente de socios (clientes, proveedores, instituciones, comunidad, etc.), y no dejarlos sin respuesta.
7. **Es bueno:** realizar campañas sociales (recaudación de alimentos, ropa, etc.) para ayudar a quien necesita, sin embargo, eso sólo puede hacerse con la aprobación del Departamento de Recursos Humanos. Cualquier acción debe pasar por el análisis del RRHH que dará su opinión.
8. **Es bueno:** mantener la confidencialidad de la información relacionada con la conducción de negocios y las estrategias de Intelbras. Por eso, proyectos, planes, datos, estrategias no pueden ser compartidos con personas o instituciones externas a la empresa.
9. **Es bueno:** evitar cenas, confraternizaciones, almuerzos, actividades de ocio con socios (proveedores, clientes y terceros) con los que tenemos relación comercial. Esto promueve un ambiente transparente y libre de favoritismo. En la necesidad de ocurrir, deben ser aprobados por el Directorio.
10. **Es bueno:** que el colaborador que tenga familiares o personas de su relación personal trabajado en empresas competidoras, comunique el hecho por escrito a su liderazgo y al Comité de Ética, Riesgos y Conformidad. Los casos serán evaluados por el Comité y el Directorio para verificar si hay conflicto de intereses.



1. **No es bueno:** omitir informaciones importantes, sea para su liderazgo, sea para subordinados y colegas.
2. **No es bueno:** actuar de forma agresiva o no receptiva a las críticas y sugerencias hechas para mejorar el proceso/actividad que realiza o en que está involucrado.
3. **No es bueno:** divulgar ideas o proyectos de otra persona como si fuesen suyos.
4. **No es bueno:** divulgar negocios y operaciones, ya sea de la empresa, de clientes, proveedores, socios, sabiamente sigilosos, que estén en proceso de concreción o terminados.
5. **No es bueno:** establecer relaciones comerciales, eventuales o habituales, representando a Intelbras, con empresas en las que usted o personas de su relación familiar o personal tengan interés o participación directa o indirecta, sin el conocimiento formal del Directorio.
6. **No es bueno:** es inadmisibles en sus finanzas personales perjudicando el progreso normal de sus actividades, es decir, involucrarse en situaciones que exijan negociaciones frecuentes con acreedores, ya sea por contacto personal, sea telefónico, o que dificulten la concentración en su trabajo. En esta cláusula también se considerará el

incumplimiento contra Intelbras referente a la compra de productos de la empresa o rendición de cuentas.

7. **No es bueno:** involucrarse en actividades particulares no autorizadas, durante el horario de trabajo, que interfieren en el trabajo dedicado a la empresa, así como realizar ventas de productos diversos en las dependencias de la empresa (edificios, patios, estacionamientos).
8. **No es bueno:** comprometer el desempeño de las actividades relacionadas con el trabajo en Intelbras, con el ejercicio de otras actividades, remuneradas o no, aunque fuera del horario de trabajo. Se destaca que éstas no pueden interferir en la productividad, calidad, tiempo o resultado del trabajo que desempeña en la empresa, así como en la salud ocupacional del colaborador.
9. **No es bueno:** utilizar para fines particulares, divulgar o repasar a terceros, tecnologías, metodologías, informaciones de procesos productivos, know-how, datos de clientes, proveedores, socios, así como otras informaciones de propiedad de la empresa salvo autorización expresa (por escrito) del área responsable de la información. Se destaca que el resultado del trabajo de naturaleza intelectual y las informaciones estratégicas, generadas en la empresa, son de propiedad exclusiva de Intelbras, no cabiendo al colaborador solicitar beneficios por ellos.
10. **No es bueno:** utilizar ropa inadecuada (escotes exagerados, faldas cortas, shorts/bermudas cortas, camisas/camisetas sin mangas), en el ambiente de trabajo, no respetando la directriz propia sobre el tema, disponible en la Intranet (en *Departamentos>Recursos Humanos>Ropa adecuada para el ambiente de trabajo*).
11. **No es bueno:** dejar de utilizar los EPIs - Equipos de Protección Individual en los lugares donde se requieran.
12. **No es bueno:** diseminar informaciones de "carácter no profesional" que perjudiquen a los colaboradores y a Intelbras, como por ejemplo, comentarios mal intencionados y chismes.
13. **No es bueno:** actuar de forma discriminatoria, guiado por prejuicios relacionados con el origen, la raza, la religión, el sexo, la edad, la incapacidad física, la convicción política, la nacionalidad, el estado civil, la orientación sexual, etc.
14. **No es bueno:** practicar acoso, tales como sexual, económico, moral, etc., o provocar situaciones que configuren presiones, intimidaciones o amenazas en la relación entre colaboradores, independientemente de su nivel jerárquico.
15. **No es bueno:** ingerir bebidas alcohólicas en el horario de trabajo o entrar en la empresa en estado de embriaguez. Se prohíbe el uso o tenencia de drogas y la permanencia en el ambiente de trabajo en estado alterado por el uso de estas sustancias, lo que puede afectar la seguridad o el desempeño propio y de los demás colaboradores.

- 16. No es bueno:** portar cualquier tipo de arma en las dependencias de la empresa, salvo en el caso de profesiones expresamente autorizadas y habilitadas.
- 17. Não é legal:** fumar en las dependencias internas de la empresa, siendo posible hacerlo sólo en las áreas destinadas para tal fin (área para fumar).
- 18. No es bueno:** que el profesional de Intelbras ejerza actividad comercial o profesional externa que cause conflicto de intereses. Incluso cuando esto involucra a las familias, el profesional debe someter la situación a la Gerencia del área y obtener una declaración de que no existe conflicto de intereses y/o que la empresa es consciente de la situación.
- 19. No es bueno:** aceptar favores personales de socios (proveedores, clientes y terceros), obtenidos a partir de la relación comercial que se estableció en el día a día. Se incluyen en estos favores préstamos financieros o de ítems/bienes, cortesías (transporte, reparaciones, mantenimientos), intermediaciones (compra, venta, alquiler), fianza, etc.
- 20. No es bueno:** el uso de celular por los colaboradores que actúan directamente en los sectores de línea de producción y atención al cliente (Call Center) en sus puestos de trabajo. El uso de celular durante el horario de trabajo perjudica el buen desempeño de la función en esas áreas.
- 21. No es bueno:** utilizar el prestigio de Intelbras en el mercado para acordar junto a proveedores, clientes y/o socios, beneficios propios o para familiares. Tal situación puede crear un ambiente que dificulte el juicio exento ante las decisiones que deban tomarse.
- 22. No es bueno:** hablar abiertamente, en el celular o en conversaciones presenciales, sobre cuestiones profesionales, negociaciones e informaciones de Intelbras, en lugares públicos, tales como centros comerciales, restaurantes, salas de espera, clubes, etc. Es esencial que se hayan tomado todos los cuidados en estas situaciones, para que las informaciones de Intelbras no sean utilizadas o divulgadas inadvertidamente por terceros.

Intelbras no acepta, en ninguna condición, que sus colaboradores vengan a prestar servicios para ella misma, a condición de proveedor/prestador de servicios y/o subcontratado de éstos. Una vez que hay una relación laboral formal de Intelbras con el colaborador, no toleramos acciones que puedan comprometer la transparencia en la relación comercial.

Reglas para quien ejerce cargos de liderazgo

1. No se admite ninguna decisión que afecte a la carrera profesional del subordinado basada en relaciones personales (amistad, afecto, etc.), vínculos fuera de la empresa o rechazo personal.
2. Está prohibido utilizar su cargo, su función o información sobre negocios y asuntos de la empresa, de sus clientes, socios y proveedores para influir en las decisiones que favorezcan intereses propios o de terceros.
3. Es necesario propiciar a sus colaboradores igualdad de acceso a las oportunidades de desarrollo profesional existentes, según sus características, competencias y atribuciones, de acuerdo con los intereses de la organización.
4. Es obligación de los ocupantes de carreras de liderazgo la preocupación y la toma de acciones prácticas en pro del desarrollo personal y profesional de sus colaboradores. Esto no significa simplemente pleitear inversiones en capacitación por parte de la empresa, sino reparar conocimientos y vivencias que contribuyen a la capacitación técnica y humana de su equipo.
5. Sea tolerante, humilde, flexible y visible, pues ideas aparentemente absurdas pueden ser la solución a un problema. Disponerse para escuchar abiertamente para después juzgar es fundamental para quien lidera.
6. En procesos de selección, evalúe los candidatos de acuerdo con criterios necesarios para el buen desempeño de la función, empeñándose en tratarlos con gentileza y respeto.
7. Las consideraciones primordiales para la selección y la promoción de colaboradores son la imparcialidad y la ausencia de favoritismo. Se considera que la política de la empresa permite la admisión de amigos o parientes de colaboradores, debe quedar claro que ninguno de éstos ha recibido tratamiento preferencial en relación a otros candidatos.
8. La demostración de interés por parte de un subordinado en participar en un proceso de reclutamiento interno debe ser entendida por su liderazgo como una alternativa normal de evolución de carrera, no pudiendo dar lugar a ningún tipo de represalia.

9. Es fundamental que el líder sea ejemplo en el cumplimiento de los procedimientos y programas de la empresa, para incentivar a los colaboradores a hacer lo mismo. Al observar oportunidades de mejora en los programas y procedimientos de la empresa, éstas deben ser presentadas a las áreas competentes.
10. La práctica de feedback debe ser constantemente utilizada para señalar a los colaboradores sus puntos fuertes y aquellos a desarrollar. Se recomienda que el feedback se registre utilizando las herramientas disponibles por la empresa.
11. Los feedbacks deben ser hechos de forma clara y objetiva de modo que el colaborador sepa perfectamente cuáles son las expectativas de la empresa en cuanto a su desempeño y sus actitudes.
12. La sucesión debe estar entre las preocupaciones del líder. No preparar a su sucesor con la intención de tornarse "insustituible" en la empresa es una actitud antiética. Por lo tanto, propicie el desarrollo del equipo y acompañe la evolución de las personas.
13. El líder es responsable no sólo por su propia conducta y alineación con las directrices de ese Código, sino también por comunicar a las autoridades responsables cualquier violación a éste, independientemente del cargo de la persona que lo haya infringido.

Proveedores

1. Los profesionales de Intelbras que tienen relación comercial con otras empresas (proveedores, tercerizados) deben tener como premisa la obtención del mejor resultado, en términos de costo-beneficio, en esa relación. Para alcanzar este fin, además de la lealtad irrestricta con la organización, es esencial asegurar que los intereses personales y las amistades jamás interfieran en las decisiones. Así, las relaciones extra-profesionales con los proveedores y terceros (tales como relaciones familiares y de amistad) deben ser comunicadas por escrito al liderazgo, y los involucrados no deben participar en la conducción de negocios. Está prohibido que la relación personal, entre el colaborador y el socio comercial, interfiere en las negociaciones y genere algún tipo de privilegio para uno u otro.
2. Los proveedores deben ser tratados como aliados en la búsqueda de soluciones ventajosas para ambas partes. Es indispensable promover un clima de profesionalismo, imparcialidad y respeto mutuo en la relación, evitando favoritismos y asegurando igualdad de condiciones a todos los competidores en la competencia por la mejor oferta de productos y servicios. Aunque es aceptable la relación duradera con los proveedores, se deben asegurar condiciones para mantener la competitividad en la compra.
3. La selección y homologación de los proveedores debe basarse en criterios técnicos, éticos, profesionales y de competitividad, previamente autorizados y aprobados, teniendo en cuenta las necesidades e intereses de la empresa.
4. La negociación debe considerar suministradores rigurosamente evaluados (homologados) y que actúen con ética en sus procesos y en la relación comercial.
5. La cotización de precios debe repetirse periódicamente para evitar que los favores o los vínculos entre el comprador y el proveedor perjudiquen los intereses de la empresa y provoquen problemas para el proveedor.
6. Nuestras políticas y prácticas deben ser repasadas a los proveedores, dejando claro nuestro posicionamiento, especialmente en lo que se refiere a aspectos de responsabilidad social.

Clientes

1. Los profesionales de Intelbras que actúan en actividades de relación comercial con socios (distribuidores, ventas, integradores, asistencias técnicas) deben tener como premisa la obtención del mejor resultado costo-beneficio en esa relación. Para alcanzar ese fin, además de la lealtad irrestricta con la organización, es esencial asegurar que intereses personales y amistades jamás interfirieron en las decisiones. Así, las relaciones extraprofesionales con estos socios (tales como relaciones familiares y de amistad) deben ser comunicadas por escrito al liderazgo, y los involucrados no deben participar en la conducción de negocios. Está prohibido que la relación personal, entre el colaborador y el socio comercial, interfiera en las negociaciones y genere algún tipo de privilegio para uno u otro.
2. Los clientes deben ser vistos como socios y su satisfacción es esencial para que la relación comercial con Intelbras sea duradera. La relación debe realizarse en base al respeto a sus derechos y en la aplicación de las prácticas descritas a continuación:
 - a. Proveer productos y servicios conforme a las especificaciones técnicas, atendiendo a las necesidades y a los intereses de los clientes, respetando normas técnicas y el Código de Defensa del Consumidor.
 - b. Atender a los clientes con seguridad y eficiencia, ofreciendo informaciones claras, precisas y verdaderas, no dando trato preferencial por interés personal y no prometiendo lo que no es posible cumplir.
 - c. Responder a las solicitudes de los clientes en el plazo esperado, incluso cuando la respuesta es negativa.
 - d. Todos los reclamos de clientes deben ser escuchados y registrados sin prejuzgar y analizados de forma crítica. Son grandes oportunidades de mejora y perfeccionamiento de nuestros procesos y productos.
 - e. Sólo utilizaremos prácticas comerciales éticas que tengan como objetivo mantener una relación confiable y duradera con el cliente y el mercado.
 - f. Utilizar la propaganda para exponer nuestras ofertas, prácticas y productos de forma clara y honesta. No consideramos ético promover propagandas engañosas y discriminatorias.

Competidores

La práctica comercial y de competencia en el mercado debe basarse en la competitividad. Este es el diferencial que nos debe motivar para estar siempre al frente del competidor. Nuestras prácticas deben tener en cuenta:

1. Honestidad en la relación con competidores, no difamar, no practicar mentiras, sabotaje, espionaje, etc.
2. La no contratación de funcionarios de la competencia con el propósito de obtener información confidencial.
3. No proporcionar, para competidores y sus socios, cualquier tipo de información de la empresa, sin el consentimiento del Directorio.
4. Tratar a los competidores con el mismo respeto que se espera que traten a Intelbras.
5. Toda información de mercado y sobre competidores debe obtenerse a través de prácticas transparentes e idóneas.

Obsequios y donaciones

1. En el contexto de la relación comercial entre profesionales de diversas empresas, es normal el intercambio de obsequios y regalos de valor simbólico así como demostración de aprecio y hospitalidad por medio de la realización de almuerzos de negocios, invitaciones a conferencias, ferias, varias naturalezas, etc. Sin embargo, los profesionales de Intelbras deben evitar el recibo de regalos e invitaciones que excedan el valor intrínseco de una simple cortesía y que puedan comprometer su capacidad de juzgar con exención la oferta de productos y servicios de aquel proveedor/socio. No se deben aceptar invitaciones para eventos de ocio, tales como fiestas, paseos, hospedajes, viajes, etc.
2. Las invitaciones para eventos de carácter profesional (exclusivamente con fines de capacitación técnica), realizados por proveedores/socios, podrán ser aceptados siempre con la aprobación formal (e-mail) del liderazgo inmediato y directorio, evitando así, desconfianzas en cuanto a la posibilidad de que existan detrás de estos eventos.
3. No pueden ser aceptados/ofrecidos favores o regalos (regalos, cortesías, préstamos) de carácter personal que resulten de relación con la empresa y que puedan influir en las decisiones, facilitar los negocios o beneficiar a terceros. Se pueden aceptar bonos y cortesías individuales de socios/proveedores y clientes, siempre que se respete el límite de R\$200,00 (doscientos reales) por colaborador/año. Los bonos fuera del límite establecido que hayan sido recibidos deberán ser notificados al Comité de Ética, Riesgos y Conformidad y corresponderá a este definir el destino de tales regalos (donación, sorteo entre coladores, o aun cuando el colaborador se quede con el mismo).
4. Al recibir un obsequio, una invitación para un evento o un regalo, se debe hacer un análisis que tenga en cuenta, además del aspecto del valor financiero del ítem, si la oferta puede perjudicar la imparcialidad de quien está recibiendo, ante análisis/juicios futuros que impliquen a quien ofreció el obsequio. Si hay dudas o la respuesta es SI, la oferta debe ser rechazada.
5. Al ofrecer obsequios a socios/clientes, se debe dar preferencia a aquellos que tengan la marca institucional de la empresa (regalos institucionales).

Relación con accionistas, información contable y de gestión

1. La relación con los accionistas debe basarse en la comunicación precisa, transparente y oportuna de informaciones que les permitan acompañar las actividades y el desempeño de la empresa, así como buscar resultados que traigan impactos positivos en su valor de mercado.
2. Los registros contables deben realizarse sobre la base de la legislación vigente y de forma que reflejen la relación de las operaciones de la empresa.
3. Se debe proteger la información que aún no se ha divulgado públicamente y que pueden influir en las fluctuaciones del mercado y las decisiones de inversión.

Gobiernos, autoridades públicas, corrupción, fraude, soborno

1. Todas las personas sujetas a este Código, de acuerdo con el alcance establecido, están terminantemente prohibidas de ofrecer, pagar, proponer o autorizar cualquier soborno a agente público o representante del gobierno, directa o indirectamente por medio de un tercero para garantizar cualquier contrato, ventaja, concesión u otro trato favorable para Intelbras.
2. Todos los terceros que representen a Intelbras (como consultores, agentes, representantes de empresas, distribuidores, revendedores, contratistas, independientes y sub-contratados), que puedan tener cualquier interacción con agentes públicos o representantes del gobierno, deberán actuar de acuerdo con las disposiciones aplicables a esa relación, previstas en este Código.
3. Cualquier hecho sospechoso o que conste de incumplimiento de los ítems antes mencionados, debe ser comunicado al Comité de Ética, Riesgos y Conformidad, directamente o a través de uno de los canales de denuncia descritos al final de ese Código. Garantizamos total sigilo y confidencialidad en el tratamiento de las denuncias.

Comunicación con la prensa

Ningún colaborador está autorizado a manifestarse públicamente (periódicos, medios de comunicación, radio y TV) en nombre de Intelbras cuando no haya consentimiento explícito y no esté habilitado para ello. La comunicación externa debe cumplir con el procedimiento de comunicación interna de Intelbras y externo, disponible en la Intranet (PR-MKT-001-INST), especialmente en el tema que trata sobre el asunto.

El Directorio de Marketing de Intelbras coordina toda la comunicación externa de la empresa con el mercado y debe involucrarse cuando sea necesario.

Divulgación y capacitación

1. Todos los colaboradores deben ser capacitados para tener conocimiento del presente Código, así como orientados en cuanto a su uso en el día a día. Tal papel debe ser asumido por los líderes de la empresa, en todos los niveles. Ante las situaciones dudosas que no estén contempladas en el presente Código, se debe recurrir al Comité de Ética, Riesgos y Conformidad, que buscará remediar estas cuestiones.
2. Además de los métodos tradicionales de capacitación, Intelbras busca, con la rutina que se hace necesaria, mantener programas de aprendizaje, incluso por medios electrónicos en los que se abordarán asuntos diversos, tales como prevención de discriminación, ética, fraudes, integridad de los datos, anticorrupción, entre otros.
3. El entrenamiento continuado tiene como objetivo proporcionar la comprensión de este Código y de las herramientas apropiadas para cumplir con todas las leyes y reglamentaciones necesarias en cualquier lugar donde estén instalados y en cualquier lugar donde actúe Intelbras.
4. El contenido de la capacitación se evalúa y actualiza periódicamente para asegurarse de que sigue siendo relevante y actual por el Comité de Ética, Riesgos y Conformidad.

Aclaraciones, incumplimientos y denuncias

1. La aplicación de las recomendaciones y de los procedimientos descritos en este Código depende del esfuerzo de cada uno y todos son responsables de ello. Todos los colaboradores son responsables no sólo por su propia conducta, pero también tienen por obligación comunicar cualquier violación a este Código. De la misma forma, socios, proveedores y clientes tienen la posibilidad de informar de cualquier incumplimiento de este Código.
2. Usted deberá realizar una denuncia cuando tenga conocimiento o sospechas de que la violación del Código está ocurriendo o puede ocurrir. Esta denuncia debe ser hecha de forma honesta, justa y respetuosa. Toda denuncia recibida por la empresa será tratada con confidencialidad. No habrá represalias al colaborador, socio, cliente o proveedor por informar de buena fe.
3. Si hay dudas acerca de situaciones y negocios con apariencia sospechosa o que no tienen una legalidad clara, los profesionales deben compartir la preocupación o aconsejarse con los superiores o con el Comité de Ética, Riesgos y Conformidad.
4. Utilice uno de los siguientes canales de comunicación:
 - a. Envíe su informe al e-mail: comite.etica@intelbras.com.br.
 - b. Busque uno de los miembros del Comité de Ética, Riesgos y Conformidad.
 - c. Utilice el canal de denuncias en www.intelbras.com.br/canal-de-denuncia, disponible en los idiomas portugués, español e inglés.
 - d. Llame al +55 (48) 3281 9911.
 - e. Utilice el programa Hablando Francamente (sólo para cooperadores), dirigiendo su pregunta a la presidencia, auditoría interna o al Comité.
 - f. Dirijase a uno de los directores de la empresa.
5. El Comité de Ética, Riesgos y Conformidad mantendrá registro de todos los contactos y denuncias que se dirijan a este, preservando la confidencialidad y protección de datos.

intelbras

Siga a Intelbras
en las redes sociales:

