

Política sobre  
**Comunicação**

Versão 2

NOVONOR

## Índice

1. OBJETIVO .....	3
2. GLOSSÁRIO .....	3
3. DISPOSITIVOS .....	5
3.1. POR UMA COMUNICAÇÃO TRANSPARENTE E ESTRATÉGICA .....	5
3.2 O PAPEL DO INTEGRANTE NA COMUNICAÇÃO .....	6
3.3 NOSSA IDENTIDADE .....	7
3.4 COMO NOS COMUNICAMOS .....	8
3.4.1 ÉTICA, INTEGRIDADE E TRANSPARÊNCIA .....	8
3.4.2 CAPACIDADE DE DIALOGAR .....	8
3.4.3 PORTA -VOZES .....	8
3.4.4 ESTILO E LINGUAGEM .....	9
3.4.5 CANAIS .....	9
3.4.6 IDIOMA .....	9
3.4.7 MEMÓRIA EMPRESARIAL .....	9
3.4.8 INDICADORES .....	10
3.5 RELACIONAMENTO COM AS PARTES INTERESSADAS .....	11
3.5.1 INTEGRANTES .....	11
3.5.2 SOCIEDADE .....	12
3.5.3 CLIENTES E USUÁRIOS .....	12
3.5.4 AGENTES PÚBLICOS .....	12
3.5.5 ENTIDADES DA SOCIEDADE CIVIL E ACADEMIA .....	12
3.5.6 ENTIDADES DE CLASSE .....	13
3.5.7 FORNECEDORES E PRESTADORES DE SERVIÇOS .....	13
3.5.8 MÍDIA .....	13
3.5.9 MERCADO FINANCEIRO .....	14
3.6 GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM .....	14
3.7 MUITO ALÉM DAS PALAVRAS .....	15
4 REGRAS DE RETENÇÃO DE REGISTROS .....	15
5 ABRANGÊNCIA .....	15
6 PROCESSO DE CIÊNCIA E CERTIFICAÇÃO .....	16
7 DISPOSIÇÕES GERAIS .....	16
INFORMAÇÕES DE CONTROLE .....	17

## 1. OBJETIVO

Esta Política tem por objetivo contribuir para que os diversos públicos de nosso relacionamento tenham a percepção que desejamos sobre a Novonor S.A.

## 2. GLOSSÁRIO

Com o intuito de padronizar as expressões e os termos utilizados ao longo desta política, as seguintes palavras e abreviações significam:

CA-NOVONOR	Conselho de Administração da Novonor S.A.
CCCPS-NOVONOR	Comitê de Cultura, Pessoas, Comunicação e Sustentabilidade da Novonor S.A.
Ciclo de PA	Processo de planejamento e pacto, acompanhamento, avaliação e julgamento do programa de ação (PA).
Cultura Novonor	Cultura organizacional da Novonor que tem como base a tecnologia empresarial desenvolvida pelo fundador Norberto Odebrecht
Documentação Orientadora	Documentos formais da Novonor que fornecem conteúdo sobre decisões, regras e orientações corporativas que são vitais para direcionar o trabalho na empresa com legitimidade, rastreabilidade e aplicabilidade, devendo ser observado e praticado por um certo universo definido de Integrantes.
DP-NOVONOR	Diretor Presidente da Novonor S.A.
Ética	Sistema de princípios morais que nos guia para o bem das pessoas e da sociedade.
Integrante	Pessoas que trabalham na Novonor em todos os níveis, incluindo executivos, diretores, estagiários e aprendizes.
Investimentos	Participações minoritárias em empresas com visão de apreciação de valor e liquidez; participação societária em empresas que consolidem um segmento de mercado, sem perspectiva de crescimento no longo prazo; ou participação em ativos em processo de desinvestimento
Líderes	Todo Integrante que lidera uma equipe.
Negócios	Caracteriza-se pela participação societária em Empresas, que consolidem um segmento de mercado, nas quais a Novonor S.A. tem controle ou controle compartilhado, com perspectiva de crescimento e de continuidade no portfólio no longo prazo

Novonor	Novonor S.A., empresa holding do Grupo Novonor.
PA	Programa de Ação.
Partes Interessadas	Formadas por acionistas, integrantes, clientes, usuários, sócios, credores, fornecedores, parceiros externos, prestadores de serviço, comunidades de entorno, autoridades, mídia, formadores de opinião, lideranças empresariais, entidades de classe, ONGs, governos, agentes regulatórios e financiadores e sociedade em geral que podem afetar ou ser afetados pelas atividades, objetivos ou políticas da Novonor ou de seus Negócios.
R-Conformidade	Responsável por Conformidade da Novonor S.A.
RAF	Responsável por Apoio Funcional.
RAF-Pessoas, Comunicação e Organização	Responsável por Pessoas, Comunicação e Organização na Novonor S.A.

### 3. DISPOSITIVOS

#### 3.1. POR UMA COMUNICAÇÃO TRANSPARENTE E ESTRATÉGICA

A Novonor, é orientada por uma tecnologia empresarial própria, denominada Cultura Novonor, fundamentada em uma filosofia humanista, focada em valores e na força das pessoas, cuja essência se complementa ao compromisso de gerar riquezas, com ética, integridade e transparência, para todas as Partes Interessadas. A nossa forma de nos relacionar e comunicar deve seguir estes mesmos princípios.

Para nós da Novonor, a comunicação é estratégica, pois é por meio dela que somos percebidos. A comunicação é fundamental para estabelecer relações de confiança, influenciar e ser influenciado, mobilizar forças e construir ou consolidar uma **reputação positiva**. Para tanto, é preciso que a nossa comunicação seja honesta, acurada e consistente.

Por meio da comunicação e do relacionamento com Partes Interessadas, tornamos comuns conhecimentos, informações e aspirações, indispensáveis para que consigamos satisfazer os clientes e os acionistas, produzir riqueza e beneficiar a sociedade.

**Reputação:** é a percepção que as diversas Partes Interessadas têm sobre a empresa, considerando seu conhecimento, expectativa e experiências acumuladas. É o vínculo emocional e racional que promove a predisposição favorável ou desfavorável em relação à empresa.

**A reputação positiva:**

- Transmite confiança;
- Influencia na percepção de valor;
- Estimula a competitividade; e
- Gera oportunidade para novos negócios.

Entendemos que ser transparente é:

- Dialogar com o integrante e demais Partes Interessadas;
- Comunicar práticas e atitudes;
- Prestar conta dos compromissos;
- Divulgar resultados;
- Ser sincero em todas as relações;
- Assumir erros
- Compartilhar conhecimentos.

#### **Imagem e Reputação**

são construídas de fora para dentro. Podemos considerar as seguintes definições:

**Imagem** - como as Partes Interessadas interpretam e percebem a empresa em um determinado momento.

**Reputação** - crédito de confiança, admiração e respeito acumulados ao longo dos anos.

Alguns exemplos de assuntos que podemos considerar de segurança empresarial:

- Estratégia de atuação;
- Informações e negociações comerciais;
- Propriedade intelectual;
- Tratativas jurídicas

### **3.2 O PAPEL DO INTEGRANTE NA COMUNICAÇÃO**

Temos convicção de que a construção, a preservação e o fortalecimento de uma reputação positiva para a Novonor são uma missão desafiadora e valiosa, que deve contar com cada um de nós, integrante, como protagonista.

Devemos:

- assumir com as nossas atitudes e o nosso comportamento a responsabilidade individual e indelegável de contribuir para a construção e consolidação da **imagem** e da reputação positiva da Novonor;
- agir com integridade e contribuir para a criação de um ambiente de confiança nas relações com cada parte interessada;
- estar comprometidos com a **transparência** e transmitir clareza, objetividade e convicção para gerar a compreensão externa sobre quem somos e sobre a construção do nosso futuro; e
- preservar a segurança empresarial das informações sensíveis e relevantes às quais temos acesso, não as expondo a terceiros por meio de contatos pessoais ou disseminação em redes sociais, e respeitando os porta-vozes definidos e a estratégia de divulgação conduzida pelo Responsável por Comunicação na Novonor e sua equipe, em alinhamento com o DP-Novonor.

**Marca:** construída de dentro para fora, é a essência da empresa, ou seja, o que a identifica e diferencia. Trata-se do conjunto de atributos, símbolos e identidade de uma empresa.

### 3.3 NOSSA IDENTIDADE

A marca da Novonor tem identidade única, fortalecida pela cultura, pela diversidade dos integrantes, por nossos comportamentos alinhados aos valores da nossa cultura e pelos produtos e serviços de qualidade que entregamos à sociedade.

Nossa identidade está em todas as nossas expressões, como na logomarca, linguagem, conteúdo editorial, websites, patrocínios e ações sociais, assim como também em nossa cultura e em nossas políticas, diretrizes e práticas corporativas e no relacionamento com as Partes Interessadas.

Para que nossa identidade seja bem representada, norteie o discurso institucional e oriente o conteúdo de todas as ações de comunicação, temos definida uma estratégia de marca, composta pela logomarca, personalidade, conceito criativo e posicionamento.

## 3.4 COMO NOS COMUNICAMOS

Para assegurarmos que a nossa comunicação seja transparente, efetiva e responda às necessidades de informação de todas as Partes Interessadas, estabelecemos um conjunto de premissas:

### 3.4.1 ÉTICA, INTEGRIDADE E TRANSPARÊNCIA

Devemos, por meio de atitudes e comportamentos, e pela prática da nossa cultura, das políticas e das demais documentações orientadoras da Novonor, demonstrar interna e externamente que estamos convictos e comprometidos com a atuação ética, íntegra e transparente. Ações que evidenciam essa prática fortalecem a reputação positiva da Novonor, bem como seu papel na sociedade.

### 3.4.2 CAPACIDADE DE DIALOGAR

Conforme descrito na Política sobre Pessoas, a capacidade de dialogar deve ser exercitada permanentemente por líderes e liderados. Priorizamos a comunicação e o diálogo pessoal que possibilitam a interação, a troca de ideias e a busca de alinhamento de forma clara, transparente, precisa e aberta para influenciar, e com disposição também para sermos influenciados.

### 3.4.3 PORTA -VOZES

Temos porta-vozes designados e capacitados para representar a empresa institucionalmente. Apenas os porta-vozes têm autorização e legitimidade para falar em nome da Novonor em entrevistas e audiências com a mídia, agentes públicos e entidades.

Ainda assim, o contato com a mídia deve ser sempre coordenado e acompanhado pelo Responsável por Comunicação na Novonor ou integrante da sua equipe.

Caso sejamos contatados pela mídia, devemos procurar o líder e/ou o Responsável por Comunicação na Novonor para que seja dado o encaminhamento adequado ao assunto.

Com exceção dos porta-vozes designados, nós, como integrantes, não temos delegação para responder à mídia em nome da Novonor.

#### Capacidade de dialogar, segundo a Política sobre Pessoas:

- Temos o compromisso de influenciar e disposição para sermos influenciados, na busca do que é o certo;
- Escutamos com atenção;
- Falamos e escrevemos de forma respeitosa, clara, transparente e precisa;
- Facilitamos a troca de ideias e a busca de alinhamento com todos os envolvidos;
- Recebemos e fornecemos contribuições francas e construtivas;
- Temos tom de voz, postura e gestos que criam empatia;
- Focamos na solução.



#### **3.4.4 ESTILO E LINGUAGEM**

Nossa forma preferencial de comunicação é a verbal, que deve ser objetiva, direta, construtiva e empática. A comunicação escrita, utilizada para complementar a verbal, deve ser respeitosa, clara, simples, objetiva, precisa, leve e fluida.

#### **3.4.5 CANAIS**

Devemos dar transparência efetiva e em caráter formal e institucional às nossas ações em múltiplos canais e veículos, respeitando as características de linguagem e perfil de cada um, e ter presença ativa nas mídias sociais, estabelecendo uma comunicação de via dupla.

Cabe ao Responsável por Comunicação na Novonor a definição dos canais em que estaremos presentes e do conteúdo a ser divulgado, bem como a adoção de plano de mídia coerente com o momento da empresa.

No uso pessoal de mídias sociais, devemos distinguir opiniões próprias do posicionamento da empresa, preservar temas confidenciais e a reputação da Novonor.

#### **3.4.6 IDIOMA**

O português é a língua oficial da Novonor, sendo que reconhecemos a rica diversidade linguística dentro do Grupo. Neste sentido, comunicações institucionais, internas e externas (como Relatório Anual, políticas, conteúdo do website e comunicados internos relevantes), que têm exposição internacional, devem ser feitas também em inglês e espanhol.

#### **3.4.7 MEMÓRIA EMPRESARIAL**

Preservamos o patrimônio histórico do Grupo Novonor, com objetivo de perpetuar a memória empresarial e valorizar nossa história e cultura. Para isso, mantemos nosso acervo de informações atualizado e garantimos que seu conteúdo esteja disponível para consulta.

### 3.4.8 INDICADORES

A comunicação se torna eficiente quando (i) está alinhada à estratégia de marca; (ii) fortalece o relacionamento com as Partes Interessadas; (iii) promove visibilidade positiva; e (iv) contribui diretamente para impulsionar a reputação positiva.

Estimulamos que toda ação de comunicação tenha sua eficácia mensurada, com avaliações prévias e posteriores, de forma isolada (ação a ação) e conjunta (contribuição para a reputação). A aferição de resultados pode ser feita com o uso de ferramentas de monitoramento de mídias e/ou por meio de pesquisas de opinião, encomendadas com escopo específico.

Institucionalmente, são acompanhados periodicamente, via conselho de administração da Novonor, indicadores que sirvam para medir a **qualidade da exposição na mídia, a reputação interna e externa, e a maturidade do plano de comunicação.**

#### **Qualidade de**

##### **Exposição na mídia:**

avalia a exposição das marcas do Grupo Novonor na mídia (TV, jornais, rádios e web) e mídias sociais

##### **Índice de Reputação:**

mede o grau de confiança, admiração, respeito e estima sobre uma empresa. Dever ser realizado, preferencialmente, junto à sociedade, integrantes e influenciadores estratégicos.

##### **Maturidade do Plano de Comunicação:**

matriz desenvolvida para acompanhar a estratégia e a performance em comunicação dos Negócios e Investimentos do Grupo Novonor, na busca do fortalecimento da reputação.

### **3.5 RELACIONAMENTO COM AS PARTES INTERESSADAS**

Para conquistarmos confiança, empatia, respeito e admiração, fundamentais para uma boa reputação, buscamos diálogos qualificados com todas as Partes Interessadas com as quais nos relacionamos.

Estimulamos permanente relacionamento da Novonor com Partes Interessadas para garantir a transparência, troca de conhecimento, prestação de contas e avaliação de nossas iniciativas.

Além disso, cada equipe da Novonor deve implementar um plano estratégico de relacionamento específico com as Partes Interessadas correspondentes, incluindo nos Programas de Ação (PAs) dos líderes a(s) prioridade(s) e meta(s) para efeito de acompanhamento e avaliação.

A seguir, orientações sobre como deve ser pautado o relacionamento com algumas de nossas partes interessadas.

#### **3.5.1 INTEGRANTES**

- A nossa comunicação se inicia sempre por nós, integrantes. Somos nós que nos relacionamos com as demais partes interessadas dentro e fora de nossas atividades profissionais. É fundamental, portanto, que sejamos os primeiros a saber das informações relevantes da Novonor e de seus Negócios e Investimentos, preferencialmente pelos líderes, por meio de diálogo aberto.
- Os canais de comunicação interna, gerenciados pelo Responsável por Comunicação na Novonor e equipe, são instrumentos complementares para que a estratégia da empresa, as informações sobre temas transversais, fatos relevantes e decisões empresariais sejam rapidamente transmitidas.
- A comunicação interna deve contribuir para disseminar e estimular conceitos e práticas da cultura, promover um ambiente de trabalho positivo e gerar engajamento com os objetivos, metas e com o propósito do Grupo Novonor, de forma a reforçar o orgulho de pertencer.
- No relacionamento com as equipes dos Negócios e Investimentos, cabe aos RAFs e suas equipes, sempre respeitando a Política sobre Governança, criar um ambiente favorável a sinergias e troca de experiências, conhecimentos e boas práticas, que

**Sociedade civil:**

refere-se ao conjunto das organizações voluntárias que servem como mecanismos de articulação de uma sociedade

propiciem a criação de valor para as marcas dos Negócios e/ou Investimentos e, conseqüentemente, para a marca da Novonor.

**3.5.2 SOCIEDADE**

- A comunicação deve ser tratada com prioridade e de forma estratégica para a sociedade em geral, pois é a partir dela que a reputação da Novonor é formada.
- Devemos construir uma relação transparente com a sociedade por meio, mas não apenas, do diálogo constante com a mídia e formadores de opinião. Para isso, temos que ter disciplina para comunicar com clareza e de forma oportuna as informações relevantes da Novonor que são de interesse da sociedade.

**3.5.3 CLIENTES E USUÁRIOS**

- Nossos Negócios e Investimentos satisfazem clientes e usuários por meio de produtos e serviços eficientes e de qualidade.
- Mantemos com nossos clientes e usuários um canal de comunicação aberto e transparente, sempre com o objetivo de atender com integridade às suas demandas e necessidades.

**3.5.4 AGENTES PÚBLICOS**

- Nosso relacionamento com agentes públicos em diversos âmbitos e esferas de atuação, e com seus representantes e agentes reguladores deve se dar de forma ética e transparente e em estrito cumprimento aos requisitos legais e à Política sobre Conformidade.

**3.5.5 ENTIDADES DA SOCIEDADE CIVIL E ACADEMIA**

- A nossa interação com entidades da sociedade civil e com academia ocorre como resultado da convergência de interesses e compromissos comuns, cujo objetivo principal é a troca de experiências e aprendizados. Esse relacionamento permite promover iniciativas conjuntas em benefício da sociedade, compreender tendências e ampliar o acesso a novas tecnologias.

### **3.5.6 ENTIDADES DE CLASSE**

- Acreditamos que a representação setorial, por meio da participação ativa nas entidades de classes, é uma forma de nos relacionarmos com interesses legítimos. Trata-se de um importante instrumento para alavancar a competitividade, contribuir com o desenvolvimento sustentável e melhorar o ambiente de negócios.
- Cabe aos RAFs da Novonor a identificação das associações e entidades de classe parceiras que tenham objetivos coerentes com a estratégia e o propósito da nossa empresa, e a criação de um plano de ação e de relacionamento adequado ao perfil da entidade.
- Critérios como reputação, segmentos de atuação e reconhecimento por instituições reguladoras devem ser considerados para a tomada de decisão em relação às entidades com as quais a Novonor se relaciona.

### **3.5.7 FORNECEDORES E PRESTADORES DE SERVIÇOS**

- Nossos fornecedores e prestadores de serviço são verdadeiros parceiros e atuam como importantes atores na formação da reputação da Novonor.
- Devemos estar abertos ao diálogo e, com transparência e proximidade, mantê-los capacitados e alinhados com nossas Políticas e informados sobre nossos compromissos, operações, objetivos empresariais e prioridades.

### **3.5.8 MÍDIA**

- A mídia exerce papel influente na formação da opinião pública e na divulgação das informações sobre o mundo, inclusive do ambiente corporativo. Por isso, devemos promover o contato permanente e um relacionamento transparente, respeitoso e confiável.
- Buscamos ser sempre proativos na difusão de informações relevantes sobre a Novonor.
- Antecipamos possíveis acontecimentos que possam ter uma exposição que impacte a reputação da Novonor.
- Somos solícitos no atendimento às demandas, sem distinção ou discriminação de assuntos e tipos de veículos, sejam eles, digitais ou convencionais.

**Riscos de imagem** são eventos que podem comprometer a confiança das Partes Interessadas em relação a capacidade da Novonor em cumprir os seus compromissos, princípios, conceitos e valores, e de atuar com ética, integridade e transparência. Leia mais na Política sobre Gestão de Risco

- Atendemos às demandas da mídia, de forma a:
  - prestar informações;
  - conceder entrevistas;
  - participar de debates ou discussões; e
  - preservar a ética e a integridade nas decisões e atitudes, e assegurar a transparência dos dados divulgados.

### **3.5.9 MERCADO FINANCEIRO**

- O relacionamento com as instituições financeiras pressupõe reciprocidade, assertividade e transparência. Essa postura nos garantirá credibilidade e relações duradouras.
- O DP-Novonor, o RAF Finanças, Planejamento e Investimentos e sua equipe direta detêm o relacionamento com os bancos e com os demais agentes do mercado de capitais, no âmbito da Novonor, o qual deve ocorrer de forma contínua e transparente.

### **3.6 GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM**

A crise de imagem é um conjunto de eventos que aumentam a exposição negativa e atingem o nosso principal ativo de imagem: a reputação da Novonor.

Evitar uma crise depende da identificação antecipada dos riscos inerentes às nossas atividades que têm potencial de geração de exposição negativa de imagem. É papel dos líderes e suas equipes, com o apoio do Responsável por Comunicação na Novonor, a identificação dos **riscos de imagem**. Ter um mapeamento de riscos atualizado e cumprir as orientações das políticas e diretrizes nos ajudam a proteger a reputação da Novonor.

O Responsável por Comunicação na Novonor. e equipe deverão gerenciar crises de imagem nas seguintes circunstâncias, sempre respeitando a Política sobre Governança Corporativa:

- a)** quando forem fatos originários na Novonor;
- b)** quando houver ocorrência de crise nos Negócios e Investimentos com impacto potencial na marca da Novonor; e

- c) quando envolver mais de um Negócio ou Investimento.

As crises devem ser evitadas sempre que possível, e mitigadas, gerenciadas e comunicadas quando inevitáveis. No caso de crise, devemos entender o fato gerador para o encaminhamento adequado das ações e o desfecho esperado. Temos procedimentos, capacitação com simulações e responsabilidades definidas para tratar situações de crise.

### **3.7 MUITO ALÉM DAS PALAVRAS**

Comunicar de forma transparente e estratégica não é simples, requer criatividade e inovação e é responsabilidade de cada um de nós. A comunicação vai muito além das palavras escritas, faladas ou das imagens. Ela está nos gestos, nos sinais, nos exemplos, nas curtidas e nos compartilhamentos, nas atitudes, na capacidade de dialogar influenciando e sendo influenciado, na capacidade de ouvir e no tom de voz. A comunicação está presente na própria marca da Novonor. Uma marca com raízes brasileiras e com presença global. Uma marca que nos inspira a pensar, repensar e nos reinventar todos os dias.

A marca da Novonor é fortalecida pela nossa capacidade de refletir o espírito do tempo em sua permanente evolução. Ela representa a realização do nosso propósito de caminhar continuamente no rumo da sobrevivência, crescimento e perpetuidade, em busca de um mundo melhor.

## **4 REGRAS DE RETENÇÃO DE REGISTROS**

Não aplicável a esta documentação orientadora.

## **5 ABRANGÊNCIA**

A Política sobre Comunicação da Novonor S.A. é aplicável a todos os seus integrantes, inclusive membros do CA-Novonor, do conselho fiscal da Novonor S.A., bem como aos integrantes das empresas controladas 100% que não possuem conselho de administração.

Adicionalmente, esta Política serve de orientação para os membros dos conselhos de administração das Empresas controladas pela Novonor S.A., por ela indicados, para que, em alinhamento com os demais conselheiros, aprovem e implementem uma política sobre Comunicação que contenha os princípios, conceitos e demais orientações definidos e explicitados nesta Política, sem deixar, contudo, de promover os complementos e outras orientações necessárias para adequação às características de seus respectivos negócios e às contribuições dos demais conselheiros.

## **6 PROCESSO DE CIÊNCIA E CERTIFICAÇÃO**

Deverão ter ciência sobre esta Política sobre Comunicação em, no máximo 30 dias após a sua data de aprovação, todos os integrantes da Novonor S.A. e de suas controladas que não têm conselho de administração e os presidentes dos conselhos de administração de Empresas para que levem em seus respectivos conselhos a discussão e aprovação de política similar.

## **7 DISPOSIÇÕES GERAIS**

Se houver dúvida sobre o conteúdo da Política sobre Comunicação, o integrante não poderá se omitir e deverá procurar esclarecimento por intermédio de seu líder direto ou, se necessário, por intermédio da equipe de Comunicação da Novonor S.A.



## INFORMAÇÕES DE CONTROLE

**Referências:** Políticas da Novonor S.A. (Governança Corporativa, Pessoas, Sistema de Conformidade, Gestão de Riscos).

**Validade:** Esta Política tem prazo de validade indeterminado, devendo ser revalidada no máximo a cada três anos, podendo ser alterada ou revogada em qualquer tempo

### Documentos revogados:

Alteração da Política sobre Comunicação da Novonor S.A.

**RAF Aprovador:** Guilherme Simões de Abreu – RAF Pessoas, Comunicação e Organização.

**Versão do documento:** 2

Versão	Data	Modificação
1	30/04/2019	Emissão inicial do documento
2	19/03/2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Adequação de estrutura e formato conforme Diretriz 1- Documentação Orientadora – Versão 2, com inclusão dos itens Índice, 1. Objetivo, 2. Glossário, 4. Regras de Retenção de Registros, Informações de Controle; inclusão do item 3. Dispositivos e adequação de numeração de seus subitens; adequação de numeração dos itens 5. Abrangência, 6. Ciência e Certificação, 7. Disposições Gerais.</li><li>- Revisão geral de texto para alteração do nome da empresa para NOVONOR e TEO para Cultura Novonor;</li><li>- Exclusão das referências às diretrizes da Novonor S.A.</li></ul>