19/09/2011

GRUPO PÃO DE AÇÚCAR

CÓDIGO DE CONDUTA MORAL

Versão 8-A| Comitê de Elaboração

SUMÁRIO

A PALAVRA DA PRESIDÊNCIA 3

OS COMPROMISSOS DE BASE 5

AS RELAÇÕES COM OS ACIONISTAS 5

O CONTEXTO EXTERNO 6

As relações com os clientes 7

As relações com os terceiros 8

As relações com os concorrentes 10

As relações com a imprensa 11

As relações com o setor público 12

As relações com as comunidades locais 13

As relações com o meio ambiente 14

O CONTEXTO INTERNO 15

As responsabilidades dos gestores 15

As responsabilidades dos colaboradores 17

Os conflitos de interesse 18

A segurança das informações 19

Os ativos empresariais 21

A GESTÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA MORAL 22

Encaminhamentos e isenções 22

A constituição do Comitê de ética 22

As atribuições do Comitê 23

A análise de caso 23

As sanções previstas 24

A PALAVRA DA PRESIDÊNCIA

Faz parte do DNA do Grupo Pão de Açúcar empenhar-se para ser uma empresa cidadã e sustentável. Ocorre que esse compromisso não se resume às ações sociais empresariais empreendidas, porque a responsabilidade social corporativa é algo muito mais abrangente: exige que se promova a qualidade de vida de todos aqueles que mantêm relações conosco. Um grande desafio, sem dúvida, a começar pela geração de oportunidades de renda para quem queira trabalhar ou para quem queira empreender.

É assim que as atividades empresariais ganham sua dimensão mais importante – quando sintonizam e satisfazem as necessidades dos vários públicos de interesse. Mas antes é preciso que sejam economicamente viáveis, quer dizer, atendam adequadamente às expectativas do mercado, façam do bem-estar dos clientes sua razão de ser. De fato, ao realizarem uma boa compra, os clientes adquirem a confiança necessária para voltar. Esse caminho requer, no mínimo, um bom atendimento, qualidade dos produtos oferecidos, uma boa comunicação e preços competitivos. Por outro lado, a empresa que não põe os clientes no centro de sua estratégia perde o rumo: sofre queda nas vendas, paga mal seus colaboradores, reduz as compras junto aos fornecedores, contrata menor volume de serviços, diminui os dividendos de seus acionistas, gera menos impostos e, por fim, contribui pouco para o desenvolvimento social.

O Grupo Pão de Açúcar atua no processo de distribuição sob os mais variados formatos existentes no Varejo. Seu papel é fazer a ponte entre os fabricantes e os clientes; pôr à disposição deles os produtos que desejam, de forma eficiente e racional; operar em ambientes agradáveis que oferecem modernas facilidades; com os preços mais baixos possíveis. Ou seja, colocar os clientes em primeiro lugar e conquistar diariamente sua confiança. Ora, como fazê-lo? Contando com o comprometimento, a garra e a competência da nossa gente para fazer a diferença.

Negócios que se mantêm firmes e fortes ao longo do tempo adotam uma postura ética e administram cuidadosamente sua reputação empresarial. Sua integridade está presente em tudo o que fazem, desde as ações do dia a dia às decisões mais estratégicas.

Assim, para preservar o patrimônio moral acumulado e dar um passo à frente, foi preciso atualizar e revisar o Código de Ética que era da Companhia Brasileira de Distribuição e que se converte agora em Código de Conduta Moral do Grupo Pão de Açúcar. Para realizar o trabalho foram mobilizadas mais de 30 profissionais das mais diferentes áreas do Grupo. Efetivamente, a nova abordagem:

- Abriu espaço para o exercício do senso crítico, uma vez que as novas normas vêm acompanhadas por explicações e justificações;
- Acolheu a possibilidade de recorrer a análises situacionais que levem em conta circunstâncias e consequências, com base em conceitos fundamentados e postura transparente;

- Conferiu visibilidade aos fatores que afetam a integridade pessoal ou que interferem na tomada de decisão, a fim de prevenir os vários conflitos de interesse que possam surgir.

O Código, no entanto, não pretende substituir as políticas e os procedimentos vigentes. Ao contrário, reforça seus conteúdos. Sendo ele uma bússola moral, contribui para explicitar as expectativas do nosso Grupo Pão de Açúcar quanto à atuação da nossa gente. Tais expectativas se estendem naturalmente a todos, sem distinguir cargo, antiguidade ou responsabilidades técnicas.

De outro lado, as diretrizes que o Código traz visam a preservar a dignidade dos profissionais, ao mesmo tempo em que procuram garantir a perenidade do Grupo. Porque o sucesso de amanhã depende do que se faz dia após dia. Daí a distinção estabelecida entre as condutas que não são aceitáveis, em função dos prejuízos que podem causar, e as condutas esperadas, recomendadas e, portanto, indispensáveis, à medida que beneficiam todos aqueles que se relacionam conosco.

Por último, um esclarecimento valioso: Para que o Grupo Pão de Açúcar se mantenha como referência no varejo nacional, não basta ser excelente no atendimento aos clientes, na variedade dos produtos ofertados, na operação das lojas, nos preços justos, no gerenciamento dos riscos ou no avanço tecnológico. É preciso que suas operações se diferenciem por três capacidades: a de praticar as orientações éticas que constam do Código; a de promover relações respeitosas com os públicos de interesse; e, sem dúvida, a de desenvolver uma gestão sustentável.

Por isso tudo, sabemos que podemos contar com o empenho e a colaboração de todos.

ENÉAS PESTANA
PRESIDENTE DO GRUPO PÃO DE AÇÚCAR

OS COMPROMISSOS DE BASE

A elaboração do Código de Conduta Moral obedeceu a dois eixos que sintetizam a orientação para as empresas do Grupo:

1. Privilegiar a *sustentabilidade empresarial* tendo em vista a perenidade do negócio, o que significa:
   a) Agregar valor aos acionistas;
   b) Desenvolver iniciativas que promovam a qualidade de vida dos públicos de interesse;
   c) Atuar de forma consistente e aplicada em todas as iniciativas, negócios e marcas, tendo em vista os impactos que provocam nos ambientes social e natural;
   d) Multiplicar as ações solidárias em prol do desenvolvimento social brasileiro;
   e) Gerenciar e minimizar os riscos ambientais;
   f) Promover o consumo consciente junto aos clientes;
   g) Desenvolver a cadeia logística, privilegiando fornecedores e práticas sustentáveis;
   h) Capacitar os colaboradores para que eles possam atuar de forma sustentável em todos os seus papéis sociais.

2. Aprimorar a *governança corporativa* pela transparência nas relações, o que implica:
   a) Manter a coerência entre o que se diz e o que se faz;
   b) Publicar informações precisas e completas;
   c) Respeitar as leis e as regulamentações;
   d) Zelar pela idoneidade nas transações;
   e) Conferir credibilidade às relações profissionais e à meritocracia; e
   f) Lançar mão de meios lícitos para atingir as metas.

AS RELAÇÕES COM OS ACIONISTAS

Enquanto os clientes viabilizam negócios com a compra de produtos, os colaboradores geram riqueza com seu trabalho e os acionistas investem capital para organizar e desenvolver empresas. Cada qual faz jus a uma parte do valor agregado e tem suas expectativas atendidas: os clientes satisfazem suas necessidades; os colaboradores se realizam profissionalmente; os acionistas esperam um retorno compatível com os riscos que assumiram. Assim, em benefício dos melhores interesses dos acionistas:

É indispensável

- Lavrar livros e registros contábeis detalhados, regulares e exatos, lançados segundo os princípios fundamentais e as normas de contabilidade.
- Elaborar demonstrações contábeis e financeiras que traduzam com rigor e clareza as transações efetuadas e facultem uma tomada consistente de decisões.
- Apresentar relatórios fidedignos e em tempo oportuno da auditoria externa, para que haja o adequado acompanhamento das operações em curso.
- Realizar análises preventivas dos riscos operacionais, financeiros e ambientais tendo em vista a perenidade do negócio.
- Estabelecer mecanismos de prevenção do vazamento de informações privilegiadas, no intuito de contribuir para a boa governança corporativa.
- Impedir que os gestores e colaboradores mantenham vínculos societários ou atividades externas que possam afetar sua capacidade de julgar ou agir em nome das empresas do Grupo, salvo se o fato for devidamente autorizado pela Diretoria.

Não é aceitável

- Beneficiar-se de informações privilegiadas para a venda ou a compra de ações diretamente ou por intermédio de terceiros, em função do claro conflito de interesses.
- Adotar medidas que resultem em benefícios ou vantagens pessoais para gestores e colaboradores, seus parentes ou terceiros, pois isso implicaria perda da credibilidade e abuso de confiança. [1]
- Valer-se de oportunidade ou prospecção de negócios que tenha sido identificada pelas empresas do Grupo para dela tirar vantagem.
- Vazar qualquer informação que possa interferir no valor de mercado das ações do Grupo, antes da publicação exigida das empresas de capital aberto, já que tal ato pode acarretar prejuízos aos investidores.[2]

O CONTEXTO EXTERNO

Num ambiente competitivo, as relações mantidas com os públicos de interesse externos – clientes, fornecedores, prestadores de serviços, mídia, comunidades locais, órgãos governamentais, sindicatos, organizações não governamentais, concorrentes – levantam um formidável desafio: quando bem conduzidas, constituem um capital de boa vontade e de apoio nas situações críticas; quando mal administradas, resultam em interesses contrariados que podem abalar ou destruir a reputação de um negócio.

[1] São considerados parentes as pessoa ligadas por consanguinidade, afinidade ou adoção: pais, cônjuges, filhos, irmãos, netos, avós, cunhados e primos de primeiro grau.
[2] A exemplo das notícias sobre a aquisição ou venda de ativos, mudanças no modelo de gestão, projeção de resultados ou planos estratégicos.

Em outras palavras, o modo como as relações são cultivadas tanto pode criar um acervo de confiança e respeito quanto pode originar um passivo de descrédito e rejeição. De maneira que um dos termômetros da saúde de uma empresa é o prestígio que ela angaria ao longo dos anos.

Levando em conta essa realidade, o Grupo constrói seu caminho às claras: não aceita artifícios para obter favorecimentos; não compactua com expedientes para obter facilidades; não procura "levar vantagem" nas suas relações. E faz isso por uma razão bem simples: não precisa apelar para alcançar o sucesso.

AS RELAÇÕES COM OS CLIENTES

Num enfoque superficial, os clientes são uma fonte de receitas já que compram bens e serviços. Aprofundada a análise, porém, verifica-se que eles representam bem mais do que isso – compõem parcela substancial dos ativos das empresas. Uma carteira de clientes fiéis constitui um dos mais importantes diferenciais no mercado, porque significa que o negócio desfruta de sua aprovação e faz parte da vida deles. Melhor ainda: significa que o empreendimento tem tudo para ser duradouro, ao desfrutar de um contínuo fluxo de caixa. Tendo isso em vista:

É indispensável

- Comercializar tão somente produtos com prazo de validade controlado para não pôr em risco a saúde dos clientes.
- Cuidar para que os registros dos preços nos pontos de venda correspondam rigorosamente ao indicado nas gôndolas ou nos anúncios publicitários veiculados nos meios de comunicação, sob o risco de incorrer em propaganda enganosa.[3]
- Repassar aos clientes exclusivamente informações verificáveis, claras e em tempo certo, parte essencial da comercialização de produtos.
- Estabelecer com os clientes relações profissionais e imparciais – independentemente das condições sociais que os distingam – para evitar conflitos de interesses ou constrangimentos que possam colocar sua satisfação em segundo plano.
- Cultivar a cordialidade sem subserviência e o respeito mútuo como forma de fortalecer os laços de negócio.
- Antecipar as expectativas dos clientes para não vir a frustrá-las, a exemplo do descompasso que pode ocorrer entre o anúncio de uma oferta e a disponibilidade de produtos durante o período da promoção.
- Atuar como agente de transformação visando o consumo consciente dos seus consumidores.

Não é aceitável

[3] Em especial na televisão, na Internet e nos jornais, tablóides ou folhetos.

- Discriminar clientes por meio de manifestações de intolerância, não só por serem práticas ilegais, mas porque degradam a identidade das pessoas e ferem sua dignidade.
- Sobrepor interesses pessoais aos interesses dos clientes ou, ao contrário, favorecer alguns em detrimento de outros, prejudicando as boas relações entre o Grupo e seu principal público externo.
- Burlar dispositivos legais ou regulamentos internos para beneficiar clientes com os quais se mantêm relações pessoais, por serem atitudes oportunistas cujos efeitos podem impactar negativamente a reputação do Grupo.
- Deixar de agir com boa-fé nas relações de consumo, fazendo com que a empresa corra riscos legais, sofra exposição indesejada na mídia ou perda de credibilidade junto a seu público consumidor.

AS RELAÇÕES COM OS TERCEIROS

Assim como os clientes, os fornecedores e os prestadores de serviços formam uma cadeia de valor com o Grupo, convertem-se em uma espécie de prolongamento do negócio. Razão pela qual é necessário que estejam em conformidade com as exigências trabalhistas, legais, ambientais, sanitárias e de segurança que lhes cabem e, mais ainda, que sejam publicamente reconhecidos como idôneos. Sem o quê, o Grupo correria variados riscos.

Esse alinhamento, naturalmente, supõe que os fornecedores ou prestadores de serviços observem rigorosamente as condições contratuais, obedeçam aos prazos de entrega, respeitem as especificações técnicas, assegurem a qualidade dos produtos e cumpram as garantias estipuladas. Em decorrência:

É indispensável

- Fazer com que critérios objetivos e justos prevaleçam na escolha dos terceiros, independentemente do volume das transações.
- Incluir práticas responsáveis, de caráter socioambiental, nos critérios para a contratação de terceiros – práticas passíveis de auditoria e que visem um ambiente limpo, condições dignas de trabalho e a preservação da saúde dos clientes.[4]
- Exercitar a isenção e a imparcialidade na negociação e na gestão dos contratos, a fim de obter a melhor relação custo-benefício para todas as partes envolvidas.
- Descredenciar do quadro de terceiros as empresas que venham a oferecer gratificações diretas ou indiretas aos gestores ou colaboradores, com o propósito

[4] Tais como o rastreamento de carnes, frutas, legumes e verduras, desde os pontos de origem até as gôndolas; ou o tratamento de efluentes industriais, o controle de pragas, a ausência de mão de obra infantil e escrava, o monitoramento de agrotóxicos, os procedimentos de reciclagem e descarte de subprodutos, a verificação do chamado trabalho decente – trabalho adequadamente remunerado, exercido em condições de liberdade, equidade e segurança, capaz de garantir uma vida digna.

de obter tratamento diferenciado, salvo práticas de mercado reconhecidas, controladas e autorizadas pela Diretoria, a exemplo das gueltas no setor de eletroeletrônicos que operam como incentivos para os vendedores.

- Verificar sistematicamente a situação cadastral e fiscal dos terceiros e, se houverirregularidades comerciais, tributárias, ambientais ou jurídicas, solicitar ao terceiro a adoção de medidas corretivas e preventivaspara saná-las o assunto ao Comitê de Ética.
- Cuidar de preservar o sigilo referente às operações comerciais efetivadas para não ficar à mercê de eventual concorrência predatória.
- Conferir as cargas nos Centros de Distribuição com base em fichas técnicas e análises visuais, sensoriais, microbiológicas e físico-químicas, além de observar os prazos de validade e as informações nos rótulos para checar sua conformidade com os limites fixados na legislação, sempre tendo em vista os melhores interesses dos clientes.
- Submeter alimentos e não alimentos importados à inspeção na origem por empresas mundialmente reconhecidas, com o propósito de assegurar o cumprimento das regulamentações internacionais, da legislação nacional e das normas internas de cada negócio.
- Devolver as amostras não consumíveis aos terceiros com a respectiva avaliação de viabilidade e, caso a retirada ou devolução não seja factível, encaminhar o devido instituto do respectivo negócio (Varejo alimentício/Varejo Eletroeletrônico) que lhes dará uma destinação apropriada e divulgará o procedimento utilizado.
- Garantir o anonimato ao colaborador que tenha sido eventualmente coagido a privilegiar determinado terceiro em detrimento de outro e que se disponha a comunicar o fato ao Comitê de Ética.
- Efetuar despesas com terceiros obedecendo à praxe comercial ou à cortesia praticada no mundo dos negócios[5], desde que justificadas por reuniões de trabalho e desde que: a) autorizadas pela Diretoria; b) obedeçam a limites razoáveis de desembolso (política específica de cada negócio); c) não constranjam os convidados; d) impliquem eventual retribuição por parte deles.

Não é aceitável

- Receber cortesias, a não ser em caráter excepcional e desde que autorizadas pela Diretoria tendo em vista a praxe comercial ou a dinâmica das reuniões de trabalho.
- Receber favores de qualquer tipo (presentes, descontos em transações pessoais, ofertas), em função do estreitamento das relações funcionais internas ou externas, que possam afetar decisões, estimular tratamentos diferenciados, facilitar negócios ou beneficiar terceiros, porque tais favores ensejam a quebra

[5] Tais como refeições, transporte, estadias, entretenimentos, cursos, feiras, congressos ou eventos.

de regras e de procedimentos, e podem ser rotulados como tentativas de aliciamento.

- Receber de terceiros, pessoalmente ou por meio dos parentes, brindes que não sejam material promocional,[6] viagens, convites para refeições, ingressos em eventos ou entretenimentos, participação em feiras ou congressos, avais em empréstimos, sorteios de promoções, serviços ou atenções diversas, a não ser que sejam previamente analisadas e autorizadas pela Diretoria, uma vez que isso pode comprometer a isenção do gestor ou colaborador e pode lançar suspeita sobre sua idoneidade e, por extensão, sobre os próprios negócios do Grupo.
- Deixar de encaminhar, ao Instituto Grupo Pão de Açúcar ou Departamento específico de cada negócio todo e qualquer presente, cuja recusa possa ocasionar constrangimento à outra parte ou cuja devolução não tenha sido possível, para que seja doado a instituições filantrópicas reconhecidas.
- Contratar empresas em função de relações de amizade ou de parentesco em qualquer grau, a fim de que não paire a suspeita de favorecimento, a não ser que haja análise prévia e autorização formal da Diretoria, e desde que o colaborador se afaste do processo de decisão e não se valha de informações sigilosas para a formulação de propostas.
- Admitir que as empresas contratadas ajam ou falem em nome dos negócios do Grupo, porque isso implica abuso de confiança e comunicação empresarial descoordenada.
- Receber bonificações pagas por terceiros aos vendedores dos negócios do Grupo para efetivar transações comerciais do interesse deles, já que isso desvirtua a relação com os clientes a quem se deve isenção e idoneidade, salvo práticas de mercado reconhecidas, controladas e autorizadas pela Diretoria, a exemplo de premiações e bonificações que funcionam como incentivo no setor de eletroeletrônicos.
- Subornar funcionários públicos para burlar a legislação ou para acelerar processos, diretamente ou por meio do serviço de terceiros.

AS RELAÇÕES COM OS CONCORRENTES

A mola propulsora de um mercado aberto é a concorrência, pois beneficia todos os agentes envolvidos, a começar pelos clientes que exercem sua liberdade de escolha. Assim, enquanto a concorrência leal é sadia, à medida que acata as regras do jogo, a concorrência desleal é perversa, porque lança mão de artimanhas para tirar proveito dos outros. Em função disso:

É indispensável

[6] Brindes promocionais de uso corrente nas atividades do Grupo tais como canetas, cadernos ou calendários, são aceitáveis.

- Tratar os concorrentes com respeito profissional na expectativa de receber o mesmo tratamento por parte deles.

- Confiar exclusivamente à Diretoria, ou a quem dela receber delegação, a defesa dos interesses estratégicos do setor varejista junto aos órgãos públicos ou à mídia, diretamente ou por meio de entidades associativas.

Não é aceitável

- Espalhar comentários desabonadores ou contribuir para divulgação de boatos, por qualquer meio que seja, que possam denigrir a reputação dos concorrentes.
- Passar informações confidenciais aos concorrentes ou discutir assuntos de caráter interno ou reservado, já que podem constituir diferenciais estratégicos.[7]
- Atuar de forma isolada ou em conjunto com concorrentes para manipular as condições de mercado (interferência no mecanismo de formação de preços ou criação de condições artificiais de oferta ou de demanda), uma vez que essas práticas configuram competição desleal.
- Obter informações privilegiadas, planos ou ações dos competidores por métodos escusos, manipulação da boa fé ou espionagem econômica, porque tais ações autorizariam os outros a valer-se dos mesmos expedientes, multiplicariam os riscos e abririam a possibilidade de um efeito-bumerangue.
- Repassar informações reservadas aos concorrentes, ainda que o colaborador tenha sido contratado por eles, para não manchar suas credenciais profissionais e não expô-lo a eventuais sanções legais.

AS RELAÇÕES COM A IMPRENSA

Os meios de comunicação constituem uma ferramenta fundamental na defesa da cidadania e contribuem de modo significativo para formar a reputação das empresas. Pautado no respeito e nas condutas eticamente orientadas, o Grupo mantém um canal de atendimento à imprensa com vistas a preservar a boa imagem da companhia por meio de um diálogo transparente em que prevalece a objetividade e a veracidade na divulgação dos fatos. Em consequência:

É indispensável

- Adotar atendimento cordial e respeitoso com os profissionais de imprensa, solicitar sua identificação e encaminhá-los à área de Relacionamento com a Imprensa e Relações Públicas, com intuito de assegurar que o ponto de vista institucional seja difundido.

[7] Tais como operações logísticas, canais de distribuição, política de preços ou de compras, termos de contrato, planos de comercialização, promoção e divulgação, custos, marketing, desenvolvimento de novos produtos e pesquisas de mercado.

- Buscar assumir a liderança setorial nas políticas de sustentabilidade.
- Zelar para que tão somente as pessoas previamente credenciadas pela área responsável ou pela Diretoria prestem declarações em nome dos negócios do Grupo.

Não é aceitável

- Dar entrevista sem a devida autorização, prestar esclarecimentos, consentir que se gravem ou tomem imagens dos colaboradores ou do local de trabalho e das demais dependências da empresa, seja em foto ou vídeo, a fim de que a área de Relacionamento com a Imprensa e Relações Públicas possa responder às consultas de forma uniforme e fundamentada.
- Passar adiante informações que supostamente venham a trazer benefícios à imagem dos negócios do Grupo em detrimento de concorrentes, terceiros ou quaisquer outros agentes, para não incorrer no risco de praticar concorrência desleal ou de cometer injúria ou difamação.

AS RELAÇÕES COM O SETOR PÚBLICO

Dispositivos legais pautam a conduta das autoridades públicas, daí a necessidade de as empresas manterem com elas relações transparentes, isto é, que sejam destituídas de dubiedade ou suspeita. Pois, se pairar alguma sombra sobre os contatos mantidos ou sobre os procedimentos seguidos, a acusação de favorecimento ou o estigma da corrupção poderão afetar negativamente as partes envolvidas. Diante dessas constatações:

É indispensável

- Relacionar-se com qualquer autoridade pública tendo sempre em mente o conflito aparente de interesses (percepção que outros possam ter da conduta do profissional) para não colocar em dúvida a própria integridade pessoal.
- Apresentar aos representantes dos órgãos públicos, desde que adequadamente credenciados, todos os documentos, dados e registros solicitados, e fazê-lo de forma diligente e profissional.
- Manter absoluta isenção em matéria política, pois a demonstração de preferências ideológicas ou a formulação de comentários sobre decisões ou atitudes de agentes públicos podem comprometer a posição Grupo, além de enfraquecer relações que se querem exclusivamente comerciais.
- Respeitar a participação política dos gestores e colaboradores em caráter pessoal, como uma faculdade que lhes cabe exercer, desde que as manifestações não representem explicitamente o posicionamento do Grupo, nem constituam uma forma velada de apoio institucional.

Não é aceitável

- Privilegiar ou favorecer agentes públicos em razão de sua função, mesmo que seja para beneficiar o Grupo, para não incorrer na presunção de suborno ou de improbidade.
- Aliciar autoridades, funcionários públicos, permissionários de serviço público ou candidatos a cargos eletivos para facilitar negócios, cumprir obrigações legais ou apressar as próprias rotinas por meio de promessas, doações, presentes, privilégios, gratificações ou vantagens pessoais, uma vez que os efeitos perniciosos de tais expedientes são de conhecimento geral.
- Oferecer auxílios a órgãos públicos, ou contribuições em produtos, menos quando: a) beneficiam a comunidade local; b) utilizam preferencialmente canais institucionais[8]; c) são solicitados por ofício formal; e d) obtêm autorização prévia da Diretoria.
- Apoiar com recursos ou contribuições de qualquer natureza – transporte, locação, lazer, produtos – para ajudar militantes políticos a fazer proselitismo, em face do comprometimento que resultaria para o Grupo.

AS RELAÇÕES COM AS COMUNIDADES LOCAIS

O Grupo tem o compromisso de contribuir com as comunidades como forma de promover o desenvolvimento social. A área de responsabilidade social, por meio do Instituto Grupo Pão de Açúcar ou outros que cada negócio adotar, em parceria com órgãos públicos e organizações não governamentais, coordena os programas que são desenvolvidos pelas lojas e pelas demais áreas corporativas. Multiplicam-se assim as oportunidades de trabalho, gera-se renda e promove-se a saúde e o bem-estar de todos. Em síntese, melhora-se a qualidade de vida da população. Eis por que:

É indispensável

- Encaminhar todas as solicitações vindas das comunidades que impliquem parcerias, eventos solidários e outras atividades para a avaliação da área responsável quanto ao seu propósito e envolvimento com as causas da companhia.
- Privilegiar, sempre que possível, o desenvolvimento social através das ações realizadas pelo Instituto Grupo Pão de Açúcar ou os que atenderem a cada negócio, cujos programas sociais têm em mira converter-se em marcos de eficácia.
- Promover e incentivar as campanhas de arrecadação (agasalhos, livros, brinquedos e alimentos), destinando os resultados às entidades previamente identificadas pelo Instituto Grupo Pão de Açúcar ou instituições similares de cada negócio.

[8] Exemplo dos Conselhos Comunitários de Segurança (CONSEGs) sob a égide da Secretaria de Estado da Segurança Pública em São Paulo.

- Apoiar as políticas públicas de saúde em suas campanhas, abrigando postos de vacinação ou unidades que realizam exames preventivos e afins, sob a coordenação da área responsável.
- Estimular os colaboradores em seu tempo livre a dedicar-se a ações comunitárias de caráter voluntário.
- Dialogar com sindicatos e associações legalmente constituídas, objetivando soluções negociadas, em respeito à diversidade dos interesses envolvidos.

Não é aceitável

- Apoiar ou estimular pedidos de doações de qualquer natureza a terceiros para realizar promoções, eventos ou campanhas sem o aval da área responsável.

AS RELAÇÕES COM O MEIO AMBIENTE

Diante da gravidade de suas implicações e da universalidade de seus impactos, a gestão ambiental deixou de ser assunto acadêmico. De maneira que empresa alguma pode dar as costas às questões do lixo, da escassez da água ou do uso racional da energia, nem pode furtar-se à necessidade de divulgar o consumo consciente junto a seus públicos de interesse. Razões pelas quais:

É indispensável

- Contribuir para a redução do consumo de recursos hídricos e maximizar a eficiência no uso da água pelo engajamento em campanhas e ações realizadas pelos negócios do Grupo.
- Desenvolver controles – com a consultoria ou a coordenação da área responsável – que diminuam o consumo de energia e privilegiem, sempre que possível, a utilização de energia proveniente de fontes renováveis.
- Seguir a orientação do Grupo quanto à forma correta de descarte do lixo e dos resíduos sólidos, a fim de cooperar com o processo de reciclagem.[9]
- Incentivar todas as áreas no desenvolvimento de iniciativas que minimizem o impacto do Grupo no meio ambiente.
- Estimular, quando disponível, meios alternativos de embalagens que promovam práticas sustentáveis e conscientes de consumo.

Não é aceitável

- Aceitar passivamente ou adotar ações que contribuam para a degradação do meio ambiente.

[9] O lixo reciclável inclui, por exemplo, metal, papel, plástico, vidro e óleo de cozinha.

O CONTEXTO INTERNO

Não há produção de bens ou prestação de serviços que prescinda da mobilização de colaboradores. O ambiente de trabalho absorve a maior parte do tempo útil das pessoas e consome o melhor de suas energias. Portanto, assegurar condições ambientais favoráveis, pautadas pelo respeito mútuo, proatividade, cortesia, subordinação adequada e responsabilidade em que predomine o espírito de equipe, a lealdade e a confiança, contribui para reduzir as tensões que resultam das pressões do dia a dia. Mas só isso não basta: a forma de gerir as pessoas produz consequências benéficas ou maléficas, dependendo de como os superiores hierárquicos se relacionam com os subordinados.

AS RESPONSABILIDADES DOS GESTORES

Recaem sobre os gestores responsabilidades que transcendem sua função gerencial. De fato, com seus atos ou palavras os gestores difundem diretrizes morais, dão o exemplo, cometem ações pedagógicas de forma consciente ou não, influenciam o conceito que os públicos de interesse têm das empresas. Assim, ao se dedicarem à gestão das pessoas, moldam o modo de agir e de pensar dos colaboradores. Suas atribuições, portanto, são cruciais para o bom desempenho dos negócios do Grupo. Em decorrência:

É indispensável

- Promover um ambiente de respeito mútuo e tolerância em relação à divergência de opiniões, como forma de estimular as iniciativas e propiciar a ocorrência de novas idéias.
- Contribuir para oferecer aos colaboradores um ambiente de trabalho seguro e saudável, prevenindo doenças ocupacionais e acidentes de trabalho.
- Cuidar para que todos tenham equipamentos apropriados e condições dignas de trabalho para que o desempenho das funções ocorra de forma satisfatória.
- Orientar os colaboradores quanto às políticas e aos procedimentos necessários para o uso adequado dos equipamentos e dos recursos dos negócios do Grupo.
- Conceder empréstimo aos colaboradores única e exclusivamente por meio da cooperativa de crédito do GPA, ou departamento específico de cada negócio, com intuito de manter política consistente e equânime.
- Incentivar o uso responsável dos recursos naturais como forma de colaborar para a qualidade de vida da população e preservar o meio ambiente.
- Proteger as informações e os registros pessoais de colaboradores, mantendo seu acesso restrito às necessidades funcionais, com exceção dos casos em que houver decisão judicial ou exigência legal previamente avaliada pelo Departamento Jurídico.
- Distinguir entre a degustação realizada institucionalmente para experimentar produtos a serem testados e o consumo realizado de forma furtiva, em ato de apropriação indébita.

- Permitir nas lojas, em situações excepcionais, sob a direta supervisão do gerente e de acordo com as normas do Varejo Alimentício, o consumo de perecíveis, produtos de mercearia, higiene e limpeza, cuja data de validade vá expirar e que não apresentem risco no consumo ou no uso, desde que todos os colaboradores possam desfrutar dele.

Não é aceitável

- Tolerar o assédio moral que provoca danos à integridade pessoal dos subordinados, ou o assédio sexual que busca extorquir favores sexuais dos subordinados, por causa de suas consequências nefastas sobre o ambiente de trabalho.[10]
- Permitir a difusão de preconceitos e as práticas discriminatórias em função de condição social, gênero, etnia, raça ou cor, religião, idade, orientação sexual, região de origem, incapacidade física ou mental, estado civil, características físicas permanentes ou temporárias, convicções filosóficas ou políticas, doenças não contagiosas, para não ferir a dignidade das pessoas ou incorrer em desrespeito aos direitos humanos.
- Punir ou retaliar quem reporte pelos canais competentes de notificação a ocorrência de assédio, de discriminação ou de qualquer infração ao presente Código de Conduta.
- Exigir, explícita ou veladamente, que os colaboradores cumpram horas extraordinárias não remuneradas, ou cumpram horário que exceda o permitido na legislação trabalhista ou na Convenção Coletiva de Trabalho, porque isso constitui abuso de poder.
- Promover ou premiar colaboradores por qualquer outra razão que não seja a competência técnica ou o desempenho efetivo, incorrendo em favoritismo contraproducente do ponto de vista organizacional.
- Adotar metas impraticáveis sob o pretexto de serem desafiadoras, ou enaltecer quem as supera sem atentar para os meios utilizados, uma vez que isso pode ensejar o desrespeito às normas, expondo os negócios do Grupo a processos judiciais ou à perda de credibilidade.
- Tolerar a manipulação de resultados referentes aos estoques, inventários ou ajustes de dados, por constituir fraude e expor os negócios do Grupo a sanções de diversas ordens.
- Permitir que perecíveis com data de validade vencida, ou impróprios para o consumo em função da perda de suas características originais, sejam reciclados ou "ressuscitados" por meio de nova embalagem, ou ainda transformados em outro produto, diante do iminente risco à saúde pública.

[10] O *assédio moral* corresponde a uma perseguição com alvo certo e consiste em abusos recorrentes de poder que ferem a dignidade das vítimas no ambiente de trabalho e lhe causam danos morais. O *assédio sexual* corresponde a atos como insinuações, contatos físicos forçados, convites impertinentes, que chantageiam e humilham a vítima, e visam a extorquir-lhe favores sexuais.

AS RESPONSABILIDADES DOS COLABORADORES

Os colaboradores constituem a fonte primordial de criação de valor para os clientes e os acionistas. Assegurar-lhes um ambiente estimulante, produtivo e aberto, em que a diversidade e a dignidade das pessoas sejam respeitadas, é pré-condição para o sucesso do negócio. Para preservar a sinergia entre os diversos negócios do Grupo e promover padrões de boa convivência, algumas práticas são essenciais. Por isso:

É indispensável

- Utilizar corretamente os equipamentos disponíveis para o trabalho, no intuito de prevenir acidentes e doenças ocupacionais.
- Preservar o patrimônio dos negócios do Grupo – bens e recursos – contra o uso inadequado ou indevido, o desperdício e as tentativas de desvio.
- Zelar pelo bom nome do Grupo, tendo cuidado com a forma como as atividades são realizadas, e comunicar eventuais infrações ao presente Código ao superior imediato ou, alternativamente, ao Comitê de Ética, para que providências preventivas e corretivas possam ser adotadas.[11]
- Submeter questões não reguladas pelo presente Código à apreciação do Comitê de Ética.

Não é aceitável

- Desqualificar colegas ou gestores, –usando quaisquer meios,[12] por meio de piadas ofensivas, insultos ou insinuações vexatórias, ou manifestar qualquer tipo de discriminação, uma vez que tais atitudes não contribuem para um clima saudável de trabalho.
- Utilizar sem a devida autorização-o nome, marcas, logotipos, slogan, cores, tipos de letras, "mascotes" e tudo aquilo que venha compor a identidade visual das empresas do Grupo, em redes/comunidades virtuais/sociais ou qualquer outro meio que possa causar danos a qualquer um dos negócios.
- Comprometer o próprio trabalho sob o efeito de bebidas alcoólicas ou de substâncias químicas, causando embaraço aos colegas, fornecedores e clientes.
- Praticar jogos de azar, com ou sem envolvimento de valores para não descaracterizar o ambiente profissional.
- Desrespeitar a proibição de fumar no local de trabalho em consideração à saúde dos não fumantes.
- Portar, usar ou distribuir drogas ilícitas nas dependências de qualquer um dos negócios do Grupo, porque tais atos incorrem em prática ilegal, embaraçam os colegas e prejudicam a própria saúde.

[11] Os colaboradores podem se valer também, a qualquer hora e de forma anônima, do canal Lig_Ação (vide tópico "Encaminhamentos e isenções").
[12] Inclusive redes sociais tais como Orkut, Facebook, LinkedIn, Twitter, Plaxo e similares.

- Conduzir dentro das dependências de qualquer negócio do Grupo quaisquer armas, em face do perigo que representam para os demais colegas e clientes, exceção feita aos seguranças, escoltas, vigias etc., oficialmente designados para protegero patrimônio da empresa.
- Acessar conteúdo disponível em sites que contenham material pornográfico, ou ofereçam jogos de azar, em face dos constrangimentos que poderiam causar e do desperdício de tempo de trabalho.
- Comercializar produtos, rifas ou correntes de qualquer natureza, durante o expediente e nas dependências de quaisquer negócios do Grupo, pois isso dispersa energias, distrai os colegas ou prejudica o fluxo normal das atividades.

OS CONFLITOS DE INTERESSE

Conflitos de interesse podem ocorrer entre os interesses pessoais, organizacionais e gerais, assim como entre esses mesmos interesses e os dos diferentes públicos que mantêm vínculos com os negócios do Grupo. Diante disso, é essencial que não pairem dúvidas sobre decisões ou ações, principalmente se elas puderem comprometer a integridade profissional dos colaboradores ou a reputação empresarial do negócio. Assim sendo, qualquer conflito de interesses merece ser evitado ou declarado para que a competente análise das implicações possa ser feita e providências sejam adotadas. Em decorrência, para que se obtenha isenção de responsabilidade:

É indispensável

- Comunicar ao superior imediato toda atividade ou situação que possa vir a afetar as próprias responsabilidades profissionais ou que possa acarretar conflitos de interesse reais ou potenciais.
- Informar a Liderança caso algum parente trabalhe na concorrência, ou numa empresa contratada, a fim de que uma decisão a respeito seja tomada.
- Declarar-se moralmente impedido de representar quaisquer negócios do Grupo em qualquer transação que envolva parente ou amigo, para não ser acusado de parcialidade.
- Deixar de ter atividades que possam interferir em seu desempenho ou em suas atribuições, ou que concorram com os negócios do Grupo.
- Abrir mão de relações comerciais particulares, de caráter habitual, com clientes ou fornecedores, salvo transações eventuais que se realizem nas condições usuais de mercado ou que sejam destituídas de qualquer tipo de favorecimento e que sejam de conhecimento da liderança.
- Informar a liderança seu grau de parentesco com eventuais candidatos a postos de trabalho a fim de manter a devida isenção.
- Demonstrar rigor na prestação e controle de contas referentes a despesas administrativas, tanto das próprias quanto dos subordinados, por dever de ofício.

Não é aceitável

- Possuir interesses financeiros ou vínculos de qualquer espécie com empresa que mantenha negócios com o Grupo. Caso existam, deixar de participar da contratação do terceiro e da gestão do contrato.
- Influenciar decisões de outras áreas que possam beneficiar terceiros com os quais se tenha algum tipo de vínculo.
- Indicar parentes ou levar outros a indicá-los sem informar o fato ao responsável pela contratação, diante do evidente envolvimento.
- Permitir que parentes trabalhem sob sua direta subordinação ou favorecer parente ou amigo na seleção ou promoção, à margem dos critérios técnicos existentes.
- Prestar por conta própria serviços a terceiros que mantenham relações com os negócios do Grupo, salvo se a atividade não competir ou colidir com os interesses do Grupo, ocorrer fora do expediente e obtiver aval do superior imediato.
- Remover equipamento ou material de qualquer dos negócios do Grupo sem autorização formal de quem de direito para eventualmente não ser acusado de prática ilícita.
- Realizar negociação por conta própria ou alheia, em nome de qualquer dos negócios do Grupo, sem ser credenciado pela Diretoria.
- Concentrar atribuições que a boa gestão costuma segregar para não levantar suspeita sobre a lisura da própria conduta.

A SEGURANÇA DAS INFORMAÇÕES

São confidenciais todas as informações que não sejam de domínio público – a exemplo do conteúdo do site do Grupo Pão de Açúcar, qualquer um de seus negócios ou das publicações ao mercado em geral –, uma vez que tais informações podem afetar os resultados e a dinâmica dos negócios.[13] De maneira que:

É indispensável

- Observar a política de segurança da informação em vigor no Grupo e cujo propósito consiste em estabelecer barreiras de contenção ao vazamento das informações não públicas (ativo que constitui vantagem competitiva).

[13] Os planos de negócio e as estratégias; as pesquisas de opinião e de mercado; as tecnologias e as metodologias de trabalho; as informações relativas a fusões e aquisições; os planos comerciais e de marketing; os registros técnicos, administrativos, financeiros, contábeis e mercadológicos; as listas e os catálogos internos; os contratos, os cadastros e as fichas dos clientes, fornecedores e prestadores de serviços; os atos e os fatos relevantes a que os colaboradores tenham tido acesso (contratos, dividendos, novos produtos, mudanças na alta direção, planos de emissão); as discussões e as deliberações sobre assuntos internos ou sobre o modelo de gestão dos negócios do Grupo; os relatórios operacionais e os dados sobre custos, preços, vendas, folhas de pagamento, negociações, projetos, pesquisas, técnicas, fórmulas, desenhos, especificações, cronogramas ou resultados que circulem internamente.

- Divulgar tão somente informações cujo teor tenha sido devidamente autorizado pela Diretoria, em função do alcance de suas repercussões.
- Proteger a confidencialidade dos registros pessoais dos colaboradores, incluindo dados psicológicos e médicos, através da restrição de seu acesso a quem tiver necessidade funcional de conhecê-los, salvo se o próprio colaborador autorizar sua divulgação ou em caso de exigência legal, regulamentar ou decisão judicial.
- Proteger o sigilo das senhas dos usuários para não comprometer os serviços e os sistemas de segurança das informações.
- Cuidar para que informações confidenciais não fiquem à vista de pessoas estranhas ou até de profissionais que não pertençam à área responsável por elas, para evitar eventual vazamento.
- Respeitar o uso exclusivo dos dados, informações, sistemas ou materiais desenvolvidos em decorrência das relações de trabalho, uma vez que se trata de propriedade do Grupo.
- Manter e salvaguardar toda a documentação de caráter reservado em conformidade com as exigências legais e a política de controle e proteção dos ativos do Grupo.

Não é aceitável

- Comentar informações confidenciais em locais públicos, sites de relacionamento ou fóruns de discussão na Internet, em face da possibilidade de divulgação inadvertida.
- Obter informações confidenciais de terceiros por meios ilícitos ou espionagem econômica, uma vez que isso fere os direitos alheios.
- Usar informações confidenciais, em benefício pessoal ou de terceiros, mesmo depois de sair de qualquer um dos negócios do Grupo, à medida que desrespeita o compromisso moral firmado com a organização e denigre a imagem pessoal do responsável.
- Fazer comentários sobre negócios do Grupo com terceiros, amigos ou parentes, para não contribuir com a difusão de boatos ou cometer um vazamento inocente cujos desdobramentos são imprevisíveis.
- Fornecer, sob qualquer pretexto e independentemente de quem venha a solicitá-las, senhas de uso pessoal (consideradas intransferíveis), diante da evidente ameaça de utilização indevida ou invasão dos sistemas eletrônicos dos negócios do Grupo.
- Utilizar informações sobre os negócios ou as estratégias dos negócios do Grupo, de seus clientes ou parceiros comerciais, visando benefícios pessoais, pois isso lhes causaria prejuízo e seria desleal para com todos eles.
- Atender a solicitações externas ou de colaboradores para a realização de trabalhos acadêmicos ou escolares que tenham por tema algum dos negócios do Grupo, sem a devida autorização da Diretoria, diante do risco de quebra da confidencialidade das informações.

- Ministrar palestras ou conferências, proferir discursos, dar declarações, escrever artigos ou manifestar-se nas edes ociais a respeito do Grupo ou de qualquer de seus negócios sem autorização prévia da Diretoria, a fim de evitar mal-entendidos ou desinformações cujas repercussões são de difícil mensuração.[14]
- Utilizar para fins pessoais ou repassar a terceiros documentos ou informações confidenciais, ainda que tenham sido obtidos ou desenvolvidos pelo próprio colaborador em seu ambiente de trabalho, já que seu uso inadequado pode provocar sérios prejuízos aos negócios do Grupo e se caracterizar como quebra do sigilo profissional.
- Deixar de observar a confidencialidade e a cautela na elaboração das mensagens, em face dos possíveis litígios,[15] razão pela qual a privacidade do acesso à Internet não pode ser assegurada, incluindo a troca de mensagens eletrônicas.

OS ATIVOS EMPRESARIAIS

Os bens e os recursos – prédios e instalações, equipamentos e suprimentos, tecnologias e finanças, informações e demais ativos intangíveis – se destinam às atividades-fins do Grupo. Constituem, por isso mesmo, um patrimônio necessário para produzir riquezas, garantir empregos, adicionar valor aos acionistas e aos clientes. Eis por que sua proteção é imprescindível. Assim sendo:

É indispensável

- Preservar os bens e recursos contra o desperdício, o dano, o uso inadequado, a perda e, naturalmente, o furto ou sua retirada para fora das dependências sem prévia autorização.
- Comunicar prontamente ao superior imediato o mau uso, desvio ou fraude, para que medidas apropriadas sejam tomadas.

Não é aceitável

- Utilizar equipamentos para resolver assuntos de ordem pessoal – situações de necessidade e desde que isso seja feito com boa-fé e de forma moderada –, a fim de não afetar o desempenho funcional.
- Adicionar softwares que não obedeçam às políticas dos negócios do Grupo ou não cumpram os acordos de licenciamento e de direitos autorais aplicáveis a cada situação.
- Transmitir arquivos, imagens, jogos ou mensagens que não sejam de interesse profissional, sobretudo os que tiverem caráter difamatório, ofensivo ou discriminatório, para não comprometer os negócios do Grupo.
- Destinar bens e recursos a usos políticos, sindicais ou religiosos, à medida que tal procedimento pode desqualificar a isenção do Grupo.

[14] Caso o trabalho seja remunerado, os honorários serão destinados ao Instituto Pão de Açúcar.
[15] As mensagens trocadas com terceiros podem se converter em peças de processos judiciais contra os participantes.

- Destruir ou descartar registros e documentos, a não ser que tal processo seja feito em bases legais, sistemáticas e regulares.
- Utilizar veículos e equipamentos do Grupo para fins particulares – salvo quando devidamente autorizado~~s~~ –, porque, além de abusivo, tal fato pode colocar em xeque a reputação do Grupo.
- Deixar de observar a confidencialidade e a cautela na elaboração das mensagens, em face dos possíveis litígios,[16] razão pela qual a privacidade do acesso à Internet não pode ser assegurada, incluindo a troca de mensagens eletrônicas.

A GESTÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA MORAL

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 anualmente uma campanha de "ética e conduta", que versará principalmente sobre a compreensão e a difusão das normas do Código de Conduta Moral e que culminará com a assinatura de um "termo de compromisso e adesão" por parte dos todos os integrantes dos negócios do Grupo.

ENCAMINHAMENTOS E ISENÇÕES

Os casos de infração ao Código, encaminhados por meio do canal Lig_Ação,[17] terão que ser fundamentados em fatos ou indícios consistentes, além de exigir boa-fé e prudência. O sigilo da apuração será rigorosamente respeitado.

Em caso de dúvida quanto à aplicação de alguma norma ou em situações que não forem contempladas por este Código, cabe enviar correio eletrônico ao Comitê de Ética.[18]

Qualquer isenção ou suspensão da aplicação das diretrizes ou normas insertas no Código somente ocorrerá mediante autorização do Conselho de Administração, ou por uma Comissão especialmente designada pelo Conselho para tratar de situações excepcionais. As decisões tomadas, acompanhadas pelas respectivas justificações, deverão necessariamente ser comunicadas à Diretoria Executiva e ao Comitê de Ética.

A CONSTITUIÇÃO DO COMITÊ DE ÉTICA

[16] As mensagens trocadas com terceiros podem se converter em peças de processos judiciais contra os participantes.
[17] Por via telefônica (0800-55-57-11) ou por carta (Grupo Pão de Açúcar – 0800 – São Paulo – SP – CEP 01401-999 – Taxa Paga).
[18] O e-mail é: comitedeetica@grupodeacucar.com.br.

A composição do Comitê de Ética, seu secretariado, a frequência de suas reuniões e demais assuntos referentes a seu funcionamento serão definidas pela Diretoria Executiva em um regimento à parte.

AS ATRIBUIÇÕES DO COMITÊ

Compete-lhe:

a) Difundir, atualizar periodicamente e enraizar no GPA as diretrizes do Código de Conduta Moral.
b) Prover e disseminar uma cultura de controles internos.
c) Interpretar o texto, esclarecer eventuais dúvidas e posicionar-se a respeito de condutas que não tenham sido previstas pelo Código.
d) Providenciar adequado treinamento e orientação aos colaboradores.
e) Garantir o sigilo da apuração de ocorrências e o anonimato a quem assim o desejar, além de assegurar que não haverá represália a quem reportar denúncias consistentes.
f) Analisar as infrações e comunicar aos gestores responsáveis um parecer a respeito para que sejam aplicadas as medidas pertinentes, sem prejuízo das penalidades legais cabíveis.
g) Aprovar pareceres com base na maioria qualificada de dois terços de seus membros, sem o quê a decisão caberá à Diretoria Executiva.
h) Submeter os casos de violação do Código considerados mais graves à Diretoria Executiva.

A ANÁLISE DE CASO

As transgressões às normas do Código de Conduta Moral serão apreciadas de acordo com uma análise situacional e poderão variar desde a orientação verbal até a dispensa por justa causa.

A análise levará especialmente em conta: a) a natureza e a gravidade da transgressão; b) o cargo do transgressor e suas responsabilidades; c) o histórico do transgressor e as circunstâncias atenuantes; d) os meios utilizados e os fins almejados; e) a relação custo-benefício das medidas que se pretenda adotar, assim como os riscos envolvidos; f) as consequências possíveis da sanção e as indispensáveis salvaguardas.

Feita a análise do caso, sempre à luz da razão ética[19] e com uma visão que abranja os vários públicos de interesse do Grupo, os membros dos Comitês poderão optar por uma abordagem "convicta" (o transgressor errou, sua sanção tem que ser corretiva ou punitiva), ou por uma abordagem "responsável" (o transgressor errou,

[19] As decisões obedecem à razão ética quando se orientam pelo bem comum ou têm caráter universalista, quer dizer, são consensuais, porque interessa a todos que sejam tomadas.

caberia ou não conceder-lhe uma segunda chance, aplicando-lhe uma sanção educativa ou corretiva?).

É essencial que, ao longo do tempo, as medidas aplicadas mantenham adequada coerência para fortalecer a atuação do Comitê e conferir credibilidade às suas decisões.

AS SANÇÕES PREVISTAS

O Comitê de Ética escolherá entre três ordens de medidas: as educativas, as corretivas ou as punitivas. Seus membros deverão:

- Ficar cientes de que intervenções justas e firmes, quando aplicadas logo após a comprovação do fato gerador (para não caracterizar perdão tácito aos olhos de todos), surtem efeitos positivos e reconduzem os colaboradores aos padrões esperados de conduta funcional;
- Distinguir os atos dolosos (atos intencionais praticados no intuito de prejudicar outrem) dos atos culposos (atos em que o agente atua com imprudência, negligência ou imperícia);
- Verificar se o desvio não decorreu de orientação falha dos superiores hierárquicos.

I. As **medidas educativas** poderão ocorrer a critério do Comitê de Ética com o objetivo de conscientizar e orientar o colaborador quanto às implicações de seu ato, dando-lhe a oportunidade de expressar os seus motivos. Ficará ele expressamente alertado que, em caso de reincidência, as sanções poderão ser mais severas.
    i. *Orientação verbal*, que o Comitê de Ética aplica, tendo dada ciência ao gerente da área;
    ii. *Termo de compromisso*, em caso de reincidência ou quando o tipo de conduta assim aconselhar.

II. As **medidas corretivas** objetivam censurar e conformar o transgressor quanto à necessidade de cumprir as normas constantes do Código. São medidas disciplinares e sua eventual gradação leva em consideração as circunstâncias, a gravidade do desvio e o prejuízo causado aos públicos de interesse.
    i. *Advertência escrita*;
    ii. *Suspensão por um dia* com perda da remuneração correspondente;
    iii. *Suspensão por dois dias* com perda da remuneração correspondente
    iv. *Suspensão por três dias* com perda da remuneração correspondente.

III. As **medidas punitivas** são adotadas quando há: reincidência, após haver sofrido medidas corretivas; acúmulo de infrações passíveis de medidas educativas ou corretivas; ou transgressão cuja gravidade assim o indicar.

i. *Dispensa* por justa causa;

ii. *Dispensa* sem justa causa.