

Guia de Conduta Ética



2022

GRUPO

EMPÓRIO SAÚDE

Humanizando Soluções

APRESENTAÇÃO


O *Grupo Empório Saúde – GES* - tem adotado em sua história, o lema CUIDAR. Isto implica em considerar e atender as necessidades inerentes a cada público que se relaciona conosco da melhor forma possível.

Essa nossa intenção primordial se reflete em nossa cadeia de valor e encontra respaldo na sua alta administração e sócios. Da Diretoria/Sócios ao mais recente colaborador ou parceiro faz-se necessário compreender onde e como nosso negócio quer ganhar vitalidade e sustentabilidade e como este desejo está vinculado aos nossos **valores - cuidado, integralidade, transparência, sustentabilidade**. Desta maturidade coletiva emergiu um novo trabalho em nosso Grupo, o de reunir os **princípios éticos** que nos orientam. Pois a ética é eixo de nossa conduta, coerente às normas e leis que guardam um caráter universal – ser referência à dignidade humana e ao bem comum.

Este ***Guia de Conduta Ética nos Negócios GES*** é um instrumento que servirá simultaneamente para nos orientar como colaboradores do *Grupo* e explicitar nossa postura para diferentes públicos com os quais interagimos. Nele estão contidos os princípios éticos que regem nossos negócios.

Ao comercializar os produtos de seu portfólio, o *GES* busca cumprir seu propósito e função social através de seus valores e princípios, contribuindo assim com o desenvolvimento da comunidade na qual está inserido.

Este ***Guia de Código de Ética nos Negócios GES*** constitui importante passo para nossa organização, pois consolidará com transparência nossa visão sobre a ética nos negócios.



Francisco Viesi
Diretor Geral do GRUPO EMPÓRIO SAÚDE

Sumário

INTRODUÇÃO	4
I - CONDUTA ÉTICA EM ATOS GERENCIAIS	7
1. <i>Gestão de Riscos Relacionados com Corrupção e Suborno</i>	7
2. <i>Conflitos de Interesses.....</i>	8
3. <i>Comitê de Ética.....</i>	8
4. <i>Monitoramento e Auditorias.....</i>	9
5. <i>Gestão da Informação.....</i>	9
6. <i>Cumprimento Legal</i>	9
II – CONDUTA ÉTICA EM RELACIONAMENTOS	11
1. TIPOS DE DANOS CONTRA A PESSOA.....	11
2. PRINCÍPIOS.....	12
III - CONDUTA ÉTICA NO APOIO EDUCACIONAL	13
3. FORMATOS DE APOIO EDUCACIONAL.....	13
4. PRINCÍPIOS.....	14
IV - CONDUTA ÉTICA PARA TRABALHOS TÉCNICOS	16
1. FORMATOS DE TRABALHOS TÉCNICOS	16
2. PRINCÍPIOS.....	17
V - CONDUTA ÉTICA PARA ATOS DE RELACIONAMENTO DA MARCA	19
1. FORMATOS DE ESTREITAMENTO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE	19
2. PRINCÍPIOS.....	20
VI - CONDUTA ÉTICA PARA RELACIONAMENTO COM O GOVERNO	23
1. FORMATOS DE RELACIONAMENTO COM O GOVERNO.....	23
2. PRINCÍPIOS.....	23
VII – CONDUTA ÉTICA EM INVESTIMENTOS SOCIOAMBIENTAIS	26
1. FORMATOS DE INVESTIMENTO SOCIAL/AMBIENTAL	26
2. PRINCÍPIOS.....	26
VIII – CONDUTA ÉTICA EM COMPRAS RESPONSÁVEIS.....	28
1. FORMATOS DE COMPRAS.....	28
2. PRINCÍPIOS.....	28
REFERÊNCIAS UTILIZADAS.....	31

INTRODUÇÃO

A Sustentabilidade

Atributos de sustentabilidade são qualidades que conferem **perenidade** a uma cadeia produtiva, **vida útil e saudável** ao negócio, **ao longo do tempo**. Abrange um conjunto de conceitos – governança, inovação, conduta social, ambiental e econômica.

Estudos já identificaram o peso dos atributos de sustentabilidade na decisão de compra. Segurança alimentar e garantia de origem, qualidade do produto, sistema de produção, verificação do governo são dimensões relevantes. Entretanto, há um primeiro patamar, uma premissa, um princípio maior que vem antes de qualquer outra dimensão: o **cumprimento legal somado ao exercício ético**.

O cumprimento legal é o estágio mais primitivo da sustentabilidade de uma empresa. Não podemos esquecer que a lei é a expressão organizadora das atitudes sociais corretas - coloca uma ordem nos atos e suas consequências coletivas e individuais. A ética, porém, pode esbarrar em obscuridades da lei, em sombras confusas que tornam difícil o discernimento entre o certo e o errado. Esta dimensão da sustentabilidade está no centro da **Governança** de uma empresa.

Para assegurar ética nos negócios criou-se uma espécie de acordo entre partes interessadas: **vamos agir em conjunto sob os mesmos princípios**. Assim estaremos agindo **CONFORME** os princípios de origem do negócio.

Surge então um novo termo – CONFORMIDADE.

CONFORMIDADE¹ é agir nos conformes da lei, da própria ética, dos princípios acordados entre partes que compõem a cadeia produtiva.

Este *Guia de Conduta Ética nos Negócios* aborda os Princípios aplicáveis na cadeia de Distribuição GES e faz parte da Governança do Grupo, que por sua vez, é componente da sua Sustentabilidade.

Riscos

É muito importante que todos tenham consciência das consequências de operações comerciais que estão fora da conformidade ética do setor de cuidados com a saúde.

Conformidade Legal e Ética ou **Compliance** é uma dimensão que envolve comportamento e pode redundar em processos criminais. O comportamento imediatista na resolução de negócios é atitude comum e por isso zelamos para que cada elo de nossa cadeia produtiva tenha claro quais são os princípios de conformidade que estão por trás de nosso negócio.

Definições Importantes para Compreensão do Guia de Conduta

Ação Social - toda e qualquer ação benéfica ou que gere benefícios sociais aos beneficiários ou para a sociedade.

Agentes de Governo - São funcionários públicos ou não, mas, que trabalham em setores da Saúde Pública instalados em órgãos e entidades governamentais, em qualquer dos elos da cadeia de saúde, inclusive consultores privados que atuam em nome do Governo. Um Agente de Governo pode ser também um Profissional da Saúde, caso um hospital privado os tenha na equipe ou caso um hospital público tenha um profissional de saúde privado em seu quadro de funcionários; em qualquer destes casos, o interlocutor deve ser tratado como Agente de Governo na aplicação dos Princípios específicos.

¹CONFORMIDADE, termo muito utilizado em inglês, no mundo todo.

Agentes Políticos - São os indivíduos detentores de cargos eletivos, eleitos ou indicados por mandatos transitórios, como os Chefes de Poder Executivo e membros do Poder Legislativo, além de cargos de Ministros de Estado e de Secretários nas Unidades da Federação, os quais não se sujeitam ao processo administrativo disciplinar.

Apoio Educacional – É o que a Empresa disponibiliza para melhoria dos conhecimentos de Profissionais de Saúde, fundamentalmente em função de progressos tecnológicos que beneficiam o paciente.

Apoio Financeiro - Ajuda financeira realizada para uma organização terceira.

Beneficiário - organização que recebe e administra a doação e que é responsável pelas atividades de execução de projetos e ações sociais apoiadas pela empresa.

Cartel - Cartel é um acordo explícito ou implícito entre empresas concorrentes para, principalmente, fixação de preços ou cotas de produção, divisão de clientes e de mercados de atuação ou por meio da ação coordenada entre os participantes, eliminar a concorrência e aumentar os preços dos produtos.

Coisa de Valor - No contexto deste Guia de Conduta Ética significa dinheiro, presentes, viagens, entretenimento, ofertas de emprego, refeições e outros.

Compliance - O termo é originário do verbo, em inglês, “to comply”, e significa cumprir, executar, satisfazer e realizar o que foi imposto conforme a legislação e a regulamentação aplicável ao negócio e conforme os princípios preconizados no Guia de Conduta.

Conduta - Modo do indivíduo se conduzir, se comportar; procedimento, comportamento.

Corrupção - É o abuso de poder ou autoridade, por pessoa ou grupo de pessoas, para obter vantagens. A forma mais comum de corrupção é o suborno, onde se oferece dinheiro ou benefícios para conseguir burlar leis e códigos de ética.

Doação - toda e qualquer transferência de bens ou recursos financeiros à outra pessoa física ou jurídica.

Equidade - Tratamento igualitário a cada parte interessada no negócio. Especialmente dentro de um mesmo público, equidade indica tratamento igual aos atores que desempenham a mesma função.

Ética - Conjunto de regras e preceitos aplicados no cotidiano e usados continuamente por cada cidadão. Essas regras orientam cada indivíduo, norteando as suas ações e os seus julgamentos sobre o que é moral ou imoral, certo ou errado, bom ou mau.

Interessado - No contexto estratégico, é qualquer pessoa que afeta a tomada de decisão ou tem sua decisão afetada pela atuação da Empresa.

Investimento Social - repasse voluntário de recursos privados para fins públicos, de forma planejada, monitorada e sistemática.

NBCAL - Lei Nº 11.265/2006 NBCAL – NORMA BRASILEIRA PARA COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS PARA LACTENTES E CRIANÇAS DE PRIMEIRA INFÂNCIABICOS, CHUPETAS E PROTETORES DE MAMILO. Regulamentada pelo Decreto 8552/2015.

Organização de Saúde - Pessoa jurídica constituída para atuação dos Profissionais de Saúde e que participa da cadeia de produtos de saúde: hospitais, clínicas, laboratório, farmácia, universidade, institutos de pesquisa e ensino, sociedades profissionais.

Organização Não Governamental (ONG) ou Organização Sem Fins Lucrativos - entidade de direito privado, dotada de personalidade jurídica e caracterizada pelo agrupamento de pessoas para a realização e consecução de objetivos e ideais comuns, sem finalidade lucrativa.

Profissionais da Saúde - São médicos, enfermeiros, nutricionistas, fonoaudiólogos, farmacêuticos, atendentes, administradores hospitalares com profissão regulamentada e devidamente registrados como tal. Esses profissionais têm a capacidade de prescrever, comprar ou ainda influenciar a decisão de compra ou prescrição de produtos e tratamentos médicos.

Projeto Social/Ambiental - todo e qualquer projeto planejado, estruturado logicamente em torno de objetivos e resultados a serem alcançados, dentro de parâmetros pré-definidos de tempo e de recursos que visem o bem-estar social e/ou ambiental

Relacionamento da Marca – Se refere ao cuidado em humanizar relacionamentos comerciais, evitando que se tornem apenas diálogos frios, onde uma parte não se interessa pela outra. Entretanto, isto deve ser um ato cuidadoso e zeloso para não ser contaminante das decisões comerciais.

Suborno - Ato de dar ou receber dinheiro, presente ou outra vantagem como forma de indução à prática de qualquer ato desonesto, ilegal ou de quebra de confiança na prática de suas funções.

Subvenção - Contribuição financeira em recursos monetários ou materiais para uma Organização de Saúde de forma não promocional, apenas com finalidade educacional, de pesquisa ou apoio a tratamento médico.

Trabalhos Técnicos - Aplicação de produtos sob avaliação dos Profissionais de Saúde, com a finalidade de ampliar o conhecimento prático dos produtos e tratamentos comercializados pelo GES. Nestes trabalhos estão incluídos: demonstrações de produtos, distribuição de amostras e estudos de casos.

I - CONDUTA ÉTICA EM ATOS GERENCIAIS

Objetivos

1. Atuar em conformidade com as leis brasileiras e internacionais anticorrupção/suborno.
2. Atuar como intermediários dos nossos fornecedores em conformidade com suas políticas e padrões éticos, vigorando o mais restritivo.
3. Atuar em consonância com princípios amplos à segurança alimentar de públicos específicos.

Princípios

1. Gestão de Riscos Relacionados com Corrupção e Suborno

- 1º Todos os sócios recebem formalmente pró-labore e possuem contas e contabilidade separadas das contas pessoais do GES.
- 2º Os registros de despesas financeiras - faturas, notas de débito e outros documentos que comprovam gastos devem ser claros, transparentes, precisos.
- 3º Asseguramos o funcionamento de canal sigiloso de recepção de denúncias provenientes tanto de colaboradores como de interlocutores de mercado, o Canal de Denúncias.
- 4º Asseguramos o funcionamento de um Cadastro do Cliente, com registros de apoios educacionais, patrocínios, doações, fomento, denúncias e outros atos de relacionamento.
- 5º Em caso de violação das leis anticorrupção/suborno, nos reservamos o direito de encerrar contratos trabalhistas e comerciais vigentes.
- 6º O treinamento de conformidade e anticorrupção/suborno é parte integrante do processo de treinamento de nossos novos colaboradores, bem como da reciclagem dos antigos.
- 7º Os hábitos de prescrição do Profissional de Saúde não devem ser levados em conta para qualquer tipo de apoio GES.
- 8º Não aceitamos concessão de vantagem ou privilégio nos negócios relacionados à atividade pública.
- 9º O GES não exerce atividades político-partidárias e não dá apoio financeiro em qualquer das suas formas a partidos e/ou candidatos.
- 10º Se a ocasião, tal como feriado e aniversário exigir a oferta de algum presente ao Profissional de Saúde ou à instituição cliente, este deve ser corporativo (idealizado e produzido pelo GES), modesto, de baixo valor e costumeiro em relação aos hábitos locais.
- 11º Presentes em dinheiro não são admissíveis em nenhuma circunstância a nenhum interessado.

12º Não concedemos descontos ou pagamos despesas não previstas em nossos parâmetros a quaisquer clientes ou potenciais clientes em troca de favores ou benefícios.

2. Conflitos de Interesses

13º As atividades externas e os deveres funcionais dos colaboradores GES devem estar perfeitamente harmonizados de forma a tomar decisões no melhor interesse da Empresa e não baseada nos seus próprios interesses, devendo sempre informar à Diretoria sobre quaisquer interesses pessoais que possam se sobrepor aos seus deveres profissionais.

14º Os colaboradores não podem ter contratos pessoais de prestação de serviços com empresas que mantêm relações comerciais com o GES.

15º A Empresa e seus colaboradores estão comprometidos em observar, praticar e zelar pela conduta e ética, integridade e reputação do GES.

16º A Empresa respeita o direito individual do colaborador de se envolver em assuntos cívicos e participar do processo político. Porém, tal participação deve ocorrer em seu tempo livre e à sua custa. Nessa situação, o colaborador deve tornar claro que as manifestações são suas e não do GES.

17º É proibido ao colaborador realizar, em nome do GES, qualquer contribuição em valor, bens ou serviços para campanhas ou causas políticas, exceto mediante aprovação da Diretoria, quando deverá seguir a legislação vigente. Recursos, espaços e imagem GES não podem ser usados para atender a interesses políticos pessoais ou partidários.

18º Os bens, equipamentos e instalações do GES destinam-se exclusivamente ao uso em suas operações e não podem ser utilizados para fins particulares, salvo em situações específicas definidas pela Diretoria.

19º Questões relativas a doações ou venda e cessões de uso de quaisquer ativos GES devem ser submetidas à aprovação da Diretoria.

3. Comitê de Ética

21º Comprometemo-nos a instalar um *Comitê de Ética*, que será responsável por zelar e facilitar a implantação de Políticas relacionadas aos Princípios explicitados no Guia de Conduta.

22º Será respeitado o espaço de análise do Comitê de Ética sobre os assuntos não explicitados no Guia de Conduta, devendo o mesmo ser interlocutor da Diretoria nos casos que se configurem como exceções.

23º Em caso de punição ou ação corretiva o Comitê de Ética tem prevalência de análise e recomendação.

4. Monitoramento e Auditorias

- 24° Asseguramos a implantação de indicadores de monitoramento da Gestão Ética e vinculação destes indicadores à avaliação de desempenho dos colaboradores.
- 25° Asseguramos a realização periódica de auditorias internas e externas.
- 26° Relatórios de Auditoria e de Sustentabilidade devem estar integrados à rotina de trabalho anual.

5. Gestão da Informação

- 27° Asseguramos o esforço corporativo pela segurança dos dados e informações do nosso negócio, seguindo a lei geral de proteção de dados LEI Nº 13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018.
- 28° Asseguramos o esforço corporativo pela segurança das informações dentro do próprio Grupo, entre as áreas, limitando e gerenciando acessos as informações.
- 29° Comprometemo-nos a registrar e constituir um banco de dados a partir do Canal de Denúncias, disponível para tomadas de decisão.
- 30° Nossa política de segurança da informação está orientada para atender as necessidades e os interesses de negócio, preservando os princípios legais de propriedade intelectual do GES.
- 31° Disponibilizamos informações de interesse público à sociedade por meio de canais de comunicação oficiais do GES e também na mídia mais abrangente.

6. Cumprimento Legal

- 32° Atuamos em conformidade com a *Lei 12.846/13*, que versa sobre corrupção e suborno no ambiente nacional.
- 33° Atuamos em conformidade com a *Lei 8666/1993*, que versa sobre Licitações.
- 34° Atuamos em conformidade com o Código de Defesa do Consumidor.
- 35° O *Código Penal Brasileiro* é a referência aplicada na responsabilização individual de colaboradores que atuam contra a ética por nós afirmada.
- 36° Atuamos em conformidade com as leis setoriais que regem a comercialização de produtos de saúde: RDC 16 e RDC 275.
- 37° Atuamos em conformidade com o *Código de Conduta da Associação Brasileira da Indústria de Alta Tecnologia de Produtos para Saúde*.

- 38°** Atuamos em conformidade com a *Foreign Corrupt Practices Act* (FCPA, 1977), que afeta nossos fornecedores.
- 39°** Atuamos em conformidade com a *Convenção Interamericana Contra a Corrupção* (OEA, Caracas, 1996).
- 40°** Atuamos em consonância com princípios amplos do *WHOCódigo - Código da Organização Mundial da Saúde* e com o Decreto no. 8.552/2015. *NBCAL - Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância*.
- 41°** Atuamos em conformidade com a Lei Anti Suborno do Reino Unido *UK Bribery*.
- 42°** Compreendemos que a responsabilização objetiva implica na imputação de responsabilidade à Empresa por atos cometidos por colaboradores.

II – CONDUTA ÉTICA EM RELACIONAMENTOS

Objetivos

1. Viabilizar ambiente profissional agradável e respeitoso na Empresa;
2. Ofertar aos interessados critérios de discernimento entre condutas aceitáveis e inaceitáveis na cadeia de valor GES;
3. Integrar os valores do Grupo Empório Saúde em todos os relacionamentos dentro da sua cadeia produtiva.

Princípio Norteador

Os relacionamentos devem ser sempre pautados pelo respeito e transparência.

1. Tipos de Danos contra a Pessoa

Os assédios – cercos, encurralamentos, situações constrangedoras e sem saída **feitas de forma contínua e insistente** – podem ser:

Verticais – descendentes (da hierarquia superior para baixo) ou ascendentes (da hierarquia inferior para cima)

Horizontais - entre colegas que estão no mesmo nível hierárquico, onde não há relações de subordinação entre eles

Generalizados – envolve chefes e colegas em torno da vítima

ASSÉDIO MORAL - ocorrência repetida e duradoura de atos de exposição de alguém à violência psicológica que causa danos à integridade do indivíduo que a sofre e ao ambiente de trabalho. Geralmente é acompanhado da vivência intensa de humilhação e constrangimento que afetam a dignidade da pessoa e causam sofrimento, o que pode levar ao adoecimento e morte.

Dependendo do caso, o assédio moral poderá ser enquadrado no crime de calúnia, ou seja, quando o assediador acusar o assediado pela prática de algum crime não cometido, conforme artigo 138 do Código Penal Brasileiro. Sua pena é detenção de seis meses a dois anos mais multa.

ASSÉDIO SEXUAL – ocorrência de abordagem sexual sutil ou explícita, coagindo alguém a ceder contato físico. Pode ter uma longa duração - repetição de piadas ou trocadilhos de caráter sexual, convites constantes para sair ou conversas de natureza sexual - ou ser apenas uma única vez - tocar ou apalpar alguém de forma inapropriada ou abuso e violação corporal para obter vantagem ou favorecimento sexual.

AGRESSÃO FÍSICA – ato em que um indivíduo prejudica ou lesa outro intencionalmente, causando lesão corporal ou medo.

REPRESÁLIA - ato contra alguém para revidar uma ofensa ou para vingar um dano causado por essa pessoa.

2. Princípios

- 1º Trabalhamos na construção de um ambiente onde há respeito pelas diferenças de opinião e de ideias.
- 2º Apoiamos o Pacto Global e o Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo.
- 3º Condutas inadequadas serão tratadas pelo Comitê de Ética e envolvem praticar ou compactuar com atos danosos contra pessoas.
- 4º É considerado Assédio Sexual, a repetição sistemática de, entre outros:
 - Contar piadas com caráter obsceno e sexual
 - Mostrar ou partilhar imagens ou desenhos explicitamente sexuais
 - Cartas, notas, chamadas telefônicas ou mensagens de natureza sexual
 - Avaliar socialmente pessoas pelos seus atributos físicos
 - Comentários sexuais públicos sobre a aparência e a forma de vestir
 - Assoviar ou fazer sons inapropriados
 - Fazer sons de natureza sexual ou gestos
 - Ameaças diretas ou indiretas com o objetivo de ter contatos sexuais
 - Convidar alguém repetidamente para sair
 - Chamar por nomes obscenos ou insultar
 - Fazer comentários sobre a vida sexual do outro
 - Tocar, abraçar, beijar, cutucar ou encostar em alguém de forma indevida
 - Seguir, controlar alguém
 - Tocar alguém para outros verem
 - Atacar sexualmente
 - Molestar
 - Violar a liberdade física
- 5º É considerado Assédio Moral, entre outros:
 - Utilizar palavras ofensivas e formas hostis de se dirigir às pessoas (como tom de voz alto e rude) para intimidar.
 - Fazer ameaças de demissão
 - Divulgar resultados negativos da pessoa ou do grupo para que todos vejam, causando humilhação e vergonha
 - Atribuir apelidos jocosos às pessoas
 - Realizar perguntas insistentes sobre a vida pessoal ou invadir a privacidade, violando e-mails, arquivos e ligações telefônicas
- 6º É considerada Agressão Física, entre outros:
 - Socos ou empurrões
 - Beliscões
 - Puxadas de orelha, mesmo que com tom de piada
 - Pegada forte de braço
 - Tapinha na cabeça

III - CONDUTA ÉTICA NO APOIO EDUCACIONAL

Objetivos

1. Atender com ética aos **solicitantes de apoio educacional técnico-científico**.
2. **Difundir conhecimentos e equalizar as oportunidades de informação e educação em saúde**, contribuindo para diminuir as desigualdades regionais de produção e disseminação do conhecimento técnico científico no âmbito dos territórios de abrangência do GES.

Princípio Norteador

Cuidamos de nossos parceiros, construindo uma história sólida e transparente **em busca sempre do melhor atendimento que possa chegar ao paciente**. Isto implica em apoiar o Profissional de Saúde e/ou Agente do Governo para que acompanhe a inovação tecnológica e científica relacionada aos produtos que comercializamos.

3. Formatos de Apoio Educacional

PRECEPTORIA – Capacitação em especialidades, onde especialistas são preceptores de Profissionais de Saúde e/ou Agentes de Governo em eventos organizados pelo Grupo Empório.

PROCTORIA – Capacitação em cirurgia ao vivo, por meio da contratação de especialistas cirurgiões educadores *in loco*, geralmente nas próprias instalações onde o médico a ser treinado atua ou por educação à distância.

IN SERVICE - Eventos realizados pelo GES para os clientes / potenciais clientes com a finalidade de promover treinamentos. Tais treinamentos podem ser de dois tipos: (1) relacionados diretamente aos produtos/técnicas vendidos àquele cliente; (2) relacionados ao desempenho dos funcionários que, de alguma forma, têm interface com os produtos/técnicas vendidos àquele cliente.

EVENTOS DE TROCA CIENTÍFICA – Reuniões de profissionais com finalidade educacional em temas de interesse público e apresentação de produtos apenas como ato demonstrativo.

- PRÓPRIOS - organizados pelo próprio GES ou por nossos parceiros fornecedores, conforme regrado em contrato entre eles e o GES
- DE TERCEIROS – organizados por uma terceira organização de saúde – ONGs ou associações de profissionais.

4. Princípios

GERAIS

- 1º Assumimos a responsabilidade de oferecer treinamento e educação sobre temas relacionados aos nossos produtos e às inovações tecnológicas disponíveis aos clientes e aos funcionários, dentro dos formatos descritos neste Guia.
- 2º Buscamos cumprir com as leis nacionais e internacionais que regem os negócios dos nossos parceiros.
- 3º Adotamos critérios objetivos para selecionar os Profissionais da Saúde/Agentes de Governo que receberão apoio educacional em nossos eventos próprios ou no formato de proctoria ou preceptoria.
- 4º Contratos de prestação de serviços educacionais com especialistas preceptores ou proctores devem ser firmados a justo valor de mercado e não devem ser usados como prêmio ou recompensa pela escolha de compra do cliente.
- 5º Todas as comprovações de despesas dos apoiados devem ser claras e facilitadoras de auditoria e conferência.
- 6º Não é permitido oferecer nenhum entretenimento extra-agenda para Profissionais de Saúde e/ou Agentes de Governo envolvidos em treinamentos ou cursos.
- 7º Não é permitido compensar um Profissional da Saúde e/ou Agente de Governo beneficiado por nosso apoio educacional com um pagamento ou qualquer outro item de valor pelo tempo por ele dedicado nos eventos.
- 8º Cônjuges e familiares de Profissionais que participam de eventos não são objeto de nosso desembolso financeiro nem mesmo de operacionalização na compra de passagens e estadias.

PROCTORIA E PRECEPTORIA

- 9º Todos os apoios educacionais em formato de preceptoria e proctoria devem estar formalizados em contratos específicos para cada evento, com modelo próprio denominado “Contrato de Proctoria/Preceptoria”, assinado por preceptores e proctores e arquivados no setor competente.
- 10º Profissionais de Saúde regidos pela CLT e Agentes de Governo devem ser convidados para Preceptorias e Proctorias em nome de sua instituição e devem ser autorizados pelas mesmas. Ao apoiá-los, não influenciaremos direta ou indiretamente as decisões das suas instituições sobre compras, uso de produtos ou recomendações médicas.

11º Profissionais de Saúde autônomos, não vinculados em regime de CLT, podem requerer apoio em Preceptorias e Proctorias em seu próprio nome, mantendo suas obrigações de desenvolver o conhecimento técnico de seu raio de ação.

12º A escolha de um médico consultor como proctor ou preceptor deverá ser feita com base nas qualificações e perícia do consultor para atender a uma necessidade definida.

13º Nosso pessoal de vendas pode oferecer opiniões sobre a adequação de determinado médico consultor, mas não deve controlar ou influenciar a decisão de contratação indevidamente, isto é, com o objetivo oculto de gerar negócios.

IN SERVICE

14º O treinamento pode ser realizado dentro ou fora da unidade cliente.

15º Todos os contatos de campo relacionados a apoio técnico-científico devem ser documentados por escrito para facilitar procedimentos de auditoria e monitoramento.

APOIO A EVENTOS PARA TROCA CIENTÍFICA ORGANIZADOS POR TERCEIROS

16º Articulamos os mesmos princípios preconizados por Associações do Setor, como ABIMED e ABRAIDI e não realizamos desembolso financeiro para cobertura dos custos individuais de participação de Profissionais da Saúde ou Agentes do Governo em eventos de troca científica organizados por terceiros (inscrições, hotéis, alimentação, passagem aérea).

17º É permitido ao GES ganhar vagas dos organizadores de eventos científicos como decorrência da subvenção ao mesmo. Essas vagas devem ser estritamente destinadas aos próprios funcionários e ofertadas abertamente e com transparência aos interessados internos. É vedada a destinação de vagas ganhas nesta modalidade para Profissionais de Saúde ou Agentes de Governo.

18º Ao conceder subvenção a eventos científicos e educativos de terceiros, devemos assegurar que o organizador do evento tenha completa autonomia e independência na escolha do conteúdo programático, do corpo docente, do público, dos métodos educacionais e dos materiais didáticos.

EVENTOS PRÓPRIOS GES PARA TROCA CIENTÍFICA

19º O GES pode pagar ou reembolsar despesas de participantes - transporte, estadia, alimentação – quando o evento é criado e promovido pelo próprio GES para Profissionais de Saúde, no sentido de atender demandas legítimas de educação profissional.

20° Os eventos próprios GES podem ser ministrados por equipe própria – área comercial ou outra da Empresa – ou por equipe contratada para tal fim, desde que comprovadamente qualificada para o evento.

21° São considerados como **eventos próprios** aqueles organizados pelos parceiros fornecedores e seus braços educacionais, seguindo orientação da ABIMED e ABRAIDI.

IV - CONDUTA ÉTICA PARA TRABALHOS TÉCNICOS

Objetivo

Apoiar os funcionários de campo do GES na identificação e conduta com seus clientes e interlocutores para ter relacionamentos saudáveis e éticos no que diz respeito ao **conhecimento prático dos produtos**.

Princípio Norteador

É altamente recomendável que nós, como intermediários de venda da área de saúde, ofereçamos ao Profissional de Saúde ou Agente de Governo a oportunidade de **conhecer e praticar a aplicação de nossos produtos**. Todas as comprovações de despesas relacionadas a demonstrações, amostras e Estudos de Casos devem ser claros e facilitadoras de auditoria e conferência.

1. Formatos de Trabalhos Técnicos

DEMONSTRAÇÕES – ato de tornar evidente a autenticidade do produto e seu modo de ação, mostrando suas características e benefícios, seu modo de funcionar e os cuidados que se deve ter na sua aplicação prática. O método da demonstração leva o raciocínio do usuário na direção de sua própria conclusão sobre a verdade proposta pelo produto.

As demonstrações podem ser de dois tipos:

- *Demonstração Técnica ao Cliente* – quando o produto é demonstrado em tempo real, na presença do Profissional de Saúde ou Agente de Governo.
- *Demonstração em Feiras* – quando o produto é utilizado em *stands* de feiras para demonstração imediata aos visitantes.

AMOSTRAS – fornecimento gratuito de **produtos** ao cliente, em unidades ou em pequenas quantidades com a finalidade de proporcionar a chance de testar aplicação e dar visibilidade a seus resultados. Dá oportunidade ao usuário deduzir por si só, tirando sua própria conclusão por meio de observação direta de resultados.

ESTUDOS DE CASOS – Fornecimento de produtos e de suporte ao Profissional da Saúde para tratamentos específicos, com acompanhamento clínico, que possam demonstrar a evolução dos resultados e a sua eficácia.

2. Princípios

DEMONSTRAÇÕES

- 1º Apenas utilizamos para demonstração ou teste os produtos de uso aprovado por nossos parceiros fornecedores, assegurados os requisitos aplicáveis legais e regulatórios.
- 2º Artigos de revistas ou textos de referência elaborados pelo parceiro fornecedor ou pela própria área de *Marketing* do GES podem ser utilizados como apoio didático em qualquer formato - impresso, eletrônico ou em outra mídia. Todos os materiais promocionais de nossos fornecedores devem ser capazes de transmitir informações completas sobre a aplicabilidade dos produtos. Qualquer alteração que o consultor em vendas agregue nos materiais originais deve ser submetida à aprovação da Equipe de *Marketing*.
- 3º É terminantemente proibido *utilizar* a desinformação do cliente para agregar informações falsas ou afirmações de desempenho dos produtos, inclusive com sugestões de uso não recomendadas nos rótulos.
- 4º Uma demonstração pode ser feita na fase que antecede o início do processo licitatório, apresentando o produto para que o órgão comprador o conheça. Nesta ocasião as fichas técnicas de produtos podem ser utilizadas como ferramentas didáticas, sem indução na construção do Edital.

AMOSTRAS

- 5º Qualquer espécie de amostra tem que ser evidente e ter rastreabilidade com relação à quantidade, qualidade, valor, origem e destino, lote e vencimento. É terminantemente proibida a compra de produtos pelo consultor para utilizá-los como amostra.
- 6º As amostras são feitas de pessoa jurídica para pessoa jurídica e devem ser entregues com recibo assinado pelo recebedor e pelo consultor do GES responsável pela entrega.
- 7º Exceções apenas em duas situações: amostras que serão enviadas para a Administração Pública, seja ela Federal, Estadual ou Municipal, serão feitas em nome do consultor do Grupo Empório Saúde e amostras de produtos da Danone que serão usadas em ações de endomarketing serão feitas em nome do Gerente de Marketing.

- 8° As entregas de amostras para consultores serão feitas via fluxo de pedidos padronizado pelo fluxo e pela Política Interna do GES sobre Amostras, nunca solicitadas/recebidas pelo consultor diretamente ao/pelo fabricante.
- 9° As amostras devem estar completamente de acordo com a Política Interna do GES sobre Amostras e com a legislação local (Lei nº 11.265/2006 e RDC-ANVISA nº 222/2002).
- 10° O consultor em vendas deve coletar o parecer do Profissional de Saúde sobre as amostras distribuídas em campo e sua avaliação técnica após o uso, alimentando o Sistema Protheus.
- 11° Amostras para potenciais compradores regidos por processos licitatórios são permitidas apenas mediante solicitações explícitas no edital, solicitações para homologação de marca e/ou padronização em caso de órgão público deve conter nome do profissional da saúde e número de registro profissional. Em caso de produtos abrangidos pela NBCAL o processo de homologação e padronização da marca não está autorizado.

ESTUDOS DE CASOS

- 12° Este estudo de casos se refere apenas a validação do produto junto ao cliente, avaliando a eficácia do produto através do uso e evolução de melhora do paciente.
- 13° A divulgação de resultados deve ser feita mediante autorização do paciente em uso da informação e imagens.

V - CONDUTA ÉTICA PARA ATOS de RELACIONAMENTO da MARCA

Objetivos

- 1- Apoiar os funcionários de campo na identificação e conduta com seus clientes e interlocutores para ter **relacionamentos saudáveis e éticos**.
- 2- O objetivo é o **estreitamento do relacionamento sadio** entre a nossa Empresa e os usuários dos produtos por nós distribuídos.

Princípio Norteador

Como distribuidores de produtos Setor Saúde, devemos alimentar relacionamentos comerciais seguros e humanos, sem exercer pressão de compra por meio de ofertas diretas de valor ou benefício a um Profissional de Saúde e/ou Agente de Governo para que o mesmo influencie a decisão de prescrever, comprar ou aprovar a compra dos produtos que distribuímos.

O bom relacionamento da marca pode resultar ou não em vendas futuras, mas, não exerce pressão direta em qualquer pessoa responsável por essa tomada de decisão.

1. Formatos de Estreitamento de Relacionamento com o Cliente

BRINDES – são pequenas ofertas de objetos a clientes com finalidade educacional.

PATROCÍNIOS – apoio financeiro a ações de terceiro em troca de visibilidade e promoção (*marketing*) da nossa marca.

REFEIÇÕES DE NEGÓCIOS - encontro informal que pode ocorrer como compromisso da rotina profissional de negociações comerciais e relacionais, com o objetivo de realizar venda e firmar acordos de patrocínio e/ou apoio educacional.

FOMENTO AO CLIENTE – fornecimento de comodato de equipamentos ou via apoio gerencial necessários para o melhor desempenho do cliente em relação ao uso dos produtos que vendemos.

BONIFICAÇÃO – acordo comercial onde o cliente recebe um prêmio ou desconto, em produtos, vinculado ao seu volume de compras ou recebe produtos ou equipamentos complementares a outros itens de sua compra.

2. Princípios

BRINDES

- 1º É permitido fornecer brindes aos clientes, quer sejam Profissionais de Saúde e/ou Agentes de Governo, desde que sejam conformes com os parâmetros estabelecidos na Política de Atos de Relacionamento da Marca.
- 2º Brindes em dinheiro ou vale-presentes não são admissíveis em nenhuma circunstância a nenhum interessado.
- 3º Brindes devem ser modestos em valor e infrequentes, sempre respeitadores dos hábitos locais dos beneficiados e relacionados à educação em saúde.
- 4º Brindes não devem ser oferecidos para manter ou obter negócios.
- 5º Brindes podem conter a marca GES, mas, não podem ter marcas ou logos de produtos.
- 6º É proibido oferecer qualquer brinde para terceiros conectados com o indivíduo (filhos, esposas, maridos, membros da família, amigos, outros).
- 7º É vedado o uso do próprio dinheiro do consultor em vendas para comprar um brinde em nome do Negócio.
- 8º Quaisquer brindes indevidos para um indivíduo representando um terceiro podem ser classificados como suborno e podem resultar em responsabilidade criminal para o consultor em vendas.
- 9º Deve ser mantido o registro de Brindes no Cadastro do Cliente para cada ocasião realizada, contendo o material presenteado, quantidade, público beneficiado, valor e data da oferta.

PATROCÍNIOS

- 10º Patrocínio não é moeda de troca para vender nossos produtos, é ação de visibilidade da marca.
- 11º Nossos patrocínios deverão alinhar-se com os propósitos, crenças e valores do GES. Por isso, prioriza as ações que levam o conceito da promoção da saúde física e mental de todos, além de ações de cuidado ao meio ambiente e à sociedade.
- 12º Todos os acordos de patrocínios devem estar formalizados em contratos específicos, com modelo próprio denominado “Contrato de Patrocínio” e aprovados pelas áreas de Marketing e de Compliance do GES e em caso de dúvidas ou conflitos submeter aprovação ao Comitê de Ética.
- 13º Não patrocinamos indivíduos-clientes. Entretanto, um indivíduo pode requerer patrocínio em nome de uma Organização de Saúde, como um representante autorizado pela

instituição/entidade. Ao patrocinar, não influenciaremos direta ou indiretamente as decisões das instituições sobre compras, uso de produtos ou recomendações médicas.

14° Não patrocinamos indivíduos ou instituições com envolvimento em escândalos ou expostos no Cadastro Nacional das Empresas Punidas (Portal da Transparência / Governo Federal).

15° Devemos zelar pela visibilidade e divulgação do patrocínio.

16° As transações financeiras de patrocínios devem ser sempre via instituições bancárias, nunca em dinheiro-moeda.

17° É proibido usar eventos patrocinados para direta ou indiretamente promover produtos abrangidos pela NBCAI.

18° Qualquer patrocínio indevido será classificado como suborno e poderá resultar em responsabilidade criminal do colaborador, do superior hierárquico, do Gerente responsável e/ou Diretor Executivo do GES/DISTRIBUIÇÃO.

19° Podemos comprar anúncios e arrendar estandes para mostruários nas conferências patrocinadas ou não, desde que esteja dentro das regras estabelecidas pelos organizadores. Esse apoio não deverá ser condicionado a compras passadas ou futuras de nossos produtos.

20° Não patrocinamos eventos esportivos de alto risco – que exigem muito risco físico devido às grandes alturas, a velocidades extremas e outros graus de dificuldade -; eventos que causem, ou possam vir a causar impacto negativo à saúde e/ou ao meio ambiente; eventos que incentivem o uso de bebidas alcoólicas, cigarro e outras drogas; eventos de cunho político-partidário ou religioso.

21° Projetos patrocinados através de leis de incentivos serão acompanhados diretamente pelo Comitê de Ética e pela Área de Compliance do GES.

22° Ao conceder Patrocínio devemos assegurar que o organizador do evento tenha completa autonomia e independência na escolha do conteúdo programático, do corpo docente, do público, dos métodos educacionais e dos materiais didáticos.

REFEIÇÕES DE NEGÓCIOS

23° As empresas podem realizar encontros de vendas, promoções e reuniões de negócios com Profissionais da Saúde para discutir, entre outras coisas, características dos produtos de alta tecnologia para a saúde, termos de vendas ou contratos. Muitas vezes, essas reuniões ocorrem perto do local de trabalho dos Profissionais da Saúde, entretanto, tais reuniões podem ocorrer em outro local mais distante, apropriado que seja conducente à troca eficaz de informação.

24° Especificamente para Agente de Governo não é recomendado realizar refeições de negócios; as negociações devem ser formais e protocolares.

- 25°** Refeições precisam ser modestas em valor financeiro – observar o valor de mercado para um almoço cotidiano confortável que possa alimentar com prazer e preço ajustado aos praticados na Região e em espaço apropriado a uma conversa tranquila, sem muito barulho, em ambiente seguro e próximo às partes.
- 26°** A refeição precisa estar inserida numa interação de negócios, onde se pode realizar conversas e uma aproximação mais humana entre os indivíduos, o que pode ser muito necessário durante a negociação comercial.
- 27°** A postura dos nossos profissionais deve ser sempre elegante, sem excessos alimentares e sem atrasos de horário. Escolher um cardápio leve e com preços medianos.
- 28°** Como anfitriões de uma refeição de negócios, o GES deve pagar a conta na íntegra, exceto as partes de pessoas que estão à mesa, mas, não a trabalho (amigos e familiares do interlocutor).

FOMENTO AO CLIENTE

- 29°** São permitidos Acordos Comerciais claros que prevêem contrapartidas do cliente em objetivos de consumo que viabilizem os comodatos.
- 30°** Todos os comodatos são formalizados em Contratos de Comodato.

BONIFICAÇÃO

- 31°** Deve ser respeitada a Política Interna do GES sobre Bonificações, realçando, o uso do Contrato de Bonificação para formalizar os acordos comerciais de longo prazo vinculados às vendas.
- 32°** Toda bonificação deve estar inserida no sistema de informações GES, registrada em Nota Fiscal emitida sob o CNPJ do cliente, a ser contabilizada na categoria que não gera movimentação financeira no seu respectivo código CFOP de registro contábil que a justifica com base na venda.
- 33°** Faremos bonificação de produtos para pessoa física (CPF) apenas em dois casos: (1) ações de Marketing específico para o segmento “varejo” canais: loja ou 0800 e (2) próteses mamárias apenas para médicos.
- 34°** Não fazemos bonificação de produtos que são classificados na NBCAL.

VI - CONDUTA ÉTICA PARA RELACIONAMENTO COM O GOVERNO

Objetivos

- 1- Apoiar os funcionários na postura ética em relacionamentos comerciais com Agentes de Governos
- 2- Esclarecer e familiarizar a comunidade de colaboradores GES em relação aos procedimentos éticos em licitações públicas
- 3- Esclarecer e familiarizar a comunidade de colaboradores GES em relação ao cumprimento das leis e regulamentações que envolvem o funcionamento do negócio.

Princípio Norteador

O relacionamento comercial do GES com Agentes de Governo deve ser seguro e humano, sem exercer pressão de compra por meio de ofertas de valor ou benefícios.

1. Formatos de Relacionamento com o Governo

LICITAÇÃO PÚBLICA - Concorrência pública baseada nas ofertas de diferentes fornecedores para bens e serviços comprados por órgãos de Governo Municipal, Estadual ou Federal.

RELAÇÕES COMERCIAIS COM AGENTES DE GOVERNO – Relacionamentos entre agentes representantes de cada parte interessada - GES e órgão público com o fim de se chegar a um acordo comum de comércio de produtos.

CUMPRIMENTO LEGAL – Ato ou efeito de cumprir com a legislação imposta em determinado setor ou situação. Estar conforme com as exigências legais que contextualizam os negócios GES.

2. Princípios

LICITAÇÃO PÚBLICA

- 1º Não devemos elaborar descritivos de licitações junto a clientes para favorecer a conquista do contrato para o GES.
- 2º É permitido aos consultores do GES divulgar as descrições constantes nas fichas técnicas de nossos produtos para os clientes.
- 3º O contato da equipe de licitações GES com os órgãos públicos deve ser estritamente para tirar dúvidas, solicitar editais ou informações.
- 4º Não podemos fazer arranjos de preços entre concorrentes para garantir o controle de resultados, ainda que o concorrente seja nosso parceiro fornecedor ou ponto de venda.

- 5° Qualquer ajuda que um Agente de Governo nos peça para julgar a qualidade de produtos deve ser dada em reunião formal ou e-mail e focada no que é melhor para o paciente, nunca entregando qualquer material que denigre a imagem dos produtos concorrentes.
- 6° Os preços iniciais e finais das propostas de preço devem ser reportados para a gestão do GES via Ata da Sessão Pública.
- 7° Uma demonstração pode ser feita na fase que antecede o início do processo licitatório, apresentando o produto para que o órgão comprador o conheça. Nesta ocasião as fichas técnicas de produtos podem ser utilizadas como ferramentas didáticas, sem indução na construção do Edital.
- 8° Em caso de produtos abrangidos pela NBCAL o processo de homologação e padronização da marca não está autorizado.

RELAÇÕES COMERCIAIS COM AGENTES DO GOVERNO

- 9° Prezamos a cordialidade junto aos representantes de órgãos públicos, buscando sempre o bem-estar coletivo.
- 10° Não é recomendado o uso de canais de comunicação não oficiais, tais como *WhatsApp*, *e-mail* pessoal, *SMS*, *Skype* para compartilhamento de informações com Agentes de Governo.
- 11° Especificamente para Agente de Governo não é recomendado realizar almoços de negócios. As negociações devem ser formais e protocolares.
- 12° É recomendado que visitas comerciais para Agentes de Governo sejam feitas em duplas de consultores GES e que o conteúdo da conversa seja registrado em Relatório de Reunião por escrito, datado. Caso não seja possível, o Relatório da Reunião deve ser encaminhado ao Gerente Responsável para arquivo.
- 13° O fornecimento de informações a todas as esferas de Governo - órgãos públicos municipais, estaduais e federais - é efetuado sempre por escrito, mediante protocolo e com a devida aprovação e orientação jurídica do GES.
- 14° Sempre que uma demanda for apresentada por um Agente de Governo, incluindo processos de fiscalização, o colaborador deve submetê-la ao setor jurídico antes de qualquer encaminhamento.
- 15° É proibida a realização de pagamentos a título de gratificação ou o oferecimento de qualquer vantagem aos Agentes de Governo para obtenção de qualquer primazia ilícita para o GES e seus colaboradores.
- 16° GES não paga recompensas monetárias a Agente de Governo por fazer uma compra ou usar os nossos produtos. Viagens, refeições, diversão, doações ou subsídios ao Agente de Governo ou para seus familiares e amigos podem ser considerados suborno.

- 17° O GES não apoia pagamentos ilegais com contratos falsos de consultoria ou outras transações falsas.
- 18° Pagamentos impróprios podem também incluir recursos gratuitos ao Agente de Governo para que este mantenha seu escritório ou funcionário, excessiva quantidade de amostras ou empréstimos de equipamentos, comissões ou arranjos de vendas, descontos e reembolsos.
- 19° O GES não contrata amigos ou parentes de Agentes de Governo para encorajar ou recompensar a compra de seus produtos.
- 20° O GES apoia a participação brasileira na convenção OECD do combate ao suborno dos Oficiais Públicos em transações de negócio internacional.
- 21° É permitido ao GES contratar Agentes de Governo como consultores especialistas para docência em educação continuada, mas, não podemos pagar honorários a eles durante sua jornada de trabalho, apenas viabilizar seu transporte. O pagamento de horas extras em jornada de trabalho pode ser feito.
- 22° Devem ser seguidas regras e orientação específica sobre a atuação de diretores e colaboradores que tenham parentesco com Agentes de Governo com poder decisório no âmbito de negócios e operações relacionadas ao ramo de negócios GES.
- 23° Devem ser seguidas regras e orientação específica sobre a contratação de Agentes de Governo pelo GES.

CUMPRIMENTO LEGAL

- 24° Cumprimos as leis vigentes relativas às responsabilidades de nosso setor econômico - distribuição de produtos de saúde.
- 25° Respeitamos os Poderes Legislativo, Executivo e Judiciário em sua contínua atividade de manter o bem comum na prioridade de cada esfera.
- 26° Se um mandado de busca ou auditoria for apresentado, o colaborador do GES deve cooperar. O colaborador deve analisar se a informação prestada tem a indicação "confidencial" e se foram tomadas medidas adequadas para proteger sua confidencialidade.

VII – CONDUTA ÉTICA EM INVESTIMENTOS SOCIOAMBIENTAIS

Objetivos

- 1- Viabilizar a prática de doações filantrópicas do GES de forma ética, transparente e conforme seus princípios;
- 2- Estabelecer critérios no exercício de doações sociais ou de produtos e na aplicação de incentivos fiscais no apoio a causas;
- 3- Permitir o monitoramento de processos e de avaliação de resultados junto aos beneficiados.

Princípio Norteador

O relacionamento do GES com a sociedade pode ser potencializado pela injeção de recursos financeiros ou em espécie em projetos ou organizações alinhadas com a causa do **Cuidado**.

1. Formatos de Investimento Social/Ambiental

INVESTIMENTOS FILANTRÓPICOS – Financiamentos e doações financeiras ou em infraestrutura, sob a forma de projetos vinculados a organizações sem fins lucrativos ou a pequenas organizações de negócios sociais.

DOAÇÕES DE ENGAJAMENTO – Investimentos financeiros em causas coletivas nacionais ou locais ou em apoio a situações de emergência, quando decretada calamidade pública.

PROJETOS DE INCENTIVOS FISCAIS – Investimentos feitos com o dinheiro do Governo cedido para fins determinados sob a forma de isenção ou desconto em impostos públicos.

DOAÇÕES DE PRODUTOS DO PORTFÓLIO – Doação de produtos de nosso portfólio e que estão sob condições de qualidade excelente, mas, precisam ser consumidos em prazo próximo.

2. Princípios

GERAIS

- 1º Nunca serão feitas injeções de recursos para um Profissional de Saúde ou Agente de Governo; para influenciar uma concessão de preço/pagamento; para reconhecer uso de produtos de aparelhos médicos e serviços no passado, presente ou futuro.
- 2º Consultores em vendas não podem controlar ou influenciar quaisquer decisões relacionadas a doações; assumir compromissos em nome do GES sobre doações; comunicar ao beneficiado que o financiamento será feito.
- 3º Não oferecemos doações a indivíduos.

- 4° Qualquer doação indevida será classificada como suborno e poderá resultar em responsabilidade criminal do colaborador, do superior hierárquico, do diretor responsável e/ou do Gerente Geral.
- 5° Todas as etapas e diretrizes dos processos de Investimento Social/Ambiental do GES devem obedecer a respectiva Política e Fluxo em vigência.

INVESTIMENTOS FILANTRÓPICOS

- 6° Devem ser feitas exclusivamente para fins de desenvolvimento de um público alvo, onde se quer colher resultados.
- 7° As doações devem estar vinculadas a um projeto definido com determinada instituição que responsabiliza pela sua execução e subordinada a um Contrato de Parceria que explicita os deveres de cada parte naquele projeto.
- 8° Podem ser feitas doações no sentido de apoiar iniciativas de captação de recursos para projetos assumidos por organizações sem fins lucrativos.
- 9° Doações filantrópicas podem ser feitas em dinheiro, serviços e bens.
- 10° Doações não devem ser usadas para influenciar um Profissional de Saúde ou Agente de Governo a usar ou considerar o uso de nossos produtos.
- 11° A transferência financeira relacionada a qualquer doação deve ser feita da conta do Grupo para a conta da instituição, e não em moeda em espécie.
- 12° O GES deve exercer a devida diligência para assegurar a legitimidade da organização caritativa ou filantrópica.

DOAÇÕES DE ENGAJAMENTO

- 13° Doações assistenciais em emergências e situações de calamidade só serão feitas através de canais governamentais e agências de assistência reconhecidas internacionalmente.
- 14° Causas alinhadas com os pilares do GES podem ser apoiadas com doações ou voluntariado corporativo.

DOAÇÕES DE PRODUTOS DO PORTFÓLIO

- 15° Doações de produtos a instituições de serviços públicos.
- 16° A documentação de doação de produtos é essencial, com Carta de Solicitação da instituição (quando necessário) e prova de aprovação GES.
- 17° É proibida a doação de produtos classificados na NBCAL, ao menos que seja um caso de calamidade pública, se requisitado pelos canais oficiais apropriados.

VIII – CONDUTA ÉTICA EM COMPRAS RESPONSÁVEIS

Objetivos

1. Viabilizar a prática de compras de forma ética e transparente e conforme;
2. Estabelecer critérios objetivos de seleção de fornecedores éticos
3. Permitir o monitoramento do processo de compras;
4. Validar os terceiros que nos representam dentro da cadeia de valor GES.

Princípio Norteador

A operação de Compras Responsáveis reduz o impacto de nossas compras na medida em que analisa cada aquisição de bem ou serviço nos quesitos da sustentabilidade: transparência, ética do fornecedor, legalidade, balanço energético e trabalho justo.

1. Formatos de Compras

COMPRAS DIRETAS - são compras de produtos para revenda.

COMPRAS INDIRETAS - são compras de produtos ou contratação de serviços de natureza operacional, utilizadas no desenvolvimento das atividades administrativas e comerciais.

2. Princípios

- 1º Fornecedores são parceiros, caminhando juntos para o desenvolvimento sustentável e por isso os critérios de avaliação aos quais o fornecedor será submetido garantem confiança entre as partes.
- 2º O desenvolvimento de fornecedores em tópicos relacionados com Sustentabilidade abre mais chances para participarem da cadeia de valor GES, uma vez que ampliam sua capacidade de atender a nossos critérios e de abrir novos mercados.
- 3º Pautamos o relacionamento comercial com base na concorrência leal de qualidade, preço, prazos acordados, tipos de serviços e ações de sustentabilidade.
- 4º Pautamos as relações com os fornecedores no respeito e no diálogo.
- 5º A avaliação do preço é relativa aos atributos de sustentabilidade e custos.
- 6º A avaliação de prazo é relativa às condições de razoabilidade de tempo de entrega.
- 7º A avaliação de qualidade é relativa à qualidade integrada a atributos socioambientais.

- 8°** O Departamento de Compras sempre deve verificar se existem alternativas menos impactantes nos itens buscados, mapeando impactos socioambientais e de *Compliance*.
- 9°** Caso não haja fornecedores disponíveis, o Departamento de Compras vai desenvolver fornecedores para atender as demandas necessárias.
- 10°** Estabelecer o conjunto de princípios e condutas relacionado à sustentabilidade a ser considerado em todas as atividades, da aquisição de bens, serviços e obras e no relacionamento com fornecedores.
- 11°** O Departamento de Compras observa, nas decisões, critérios objetivos previamente estabelecidos, afastando a discricionariedade e o subjetivismo.
- 12°** Comprometemo-nos a manter a equipe de Compras capacitada para conhecer e entender os conceitos de Sustentabilidade, as diretrizes exigidas pela empresa e estar apto a avaliar fornecedores no momento da compra.
- 13°** Disseminamos os princípios de Conduta Ética e a respectiva Política para todos os públicos de interesse.
- 14°** Damos preferência para produtos e tecnologias de origem local.
- 15°** Optamos por produtos e serviços certificados.
- 16°** Priorizamos o mercado regional, a microempresa e a empresa de pequeno porte na aquisição de produtos e serviços, promovendo o desenvolvimento sustentável quando esta escolha não impactar na qualidade do produto ou serviço prestado pelo GES.
- 17°** Repudiamos a utilização de trabalho infantil ou em condições degradantes ou análogas à escravidão, bem como a utilização de práticas discriminatórias de crença religiosa, raça, cor, sexo, orientação sexual, partido político, classe social, nacionalidade.
- 18°** Priorizamos bens e obras com maior vida útil e menor custo de manutenção.
- 19°** Privilegiamos o uso de inovações que reduzam ou minimizem o consumo de recursos naturais.
- 20°** O Departamento de Compras usa quatro critérios na tomada de decisão: necessidade da compra, envolvimento com escândalos de corrupção ou outros atos ilegais, menor impacto ambiental e distância entre fornecedor e GES.

- 21° As instalações GES são os locais preferenciais para os encontros com fornecedores e priorizamos a participação de mais de um empregado nas negociações.
- 22° Repudiamos vantagens ou benefícios de qualquer natureza originados nas negociações aos colaboradores GES.
- 23° Colaboradores GES podem receber brindes de parceiros, desde que sejam corporativos (com logo da empresa) e com valores simbólicos abaixo de R\$50,00.
- 24° Sempre que o terceiro for considerado fiduciário a Área de Sustentabilidade e Compliance GES fará um processo de *due dilligence* para garantir transparência, ética e legalidade.
- 25° As relações negociais devem ser mutuamente satisfatórias, respeitar e proteger as informações sigilosamente sob propriedade industrial que o fornecedor compartilhar.
- 26° Incentivamos transportadoras a serem parceiras do Programa “Na Mão Certa” e assinarem o *Pacto Empresarial Contra a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes nas Rodovias Brasileiras*.

REFERÊNCIAS UTILIZADAS

ABIMED - Código de Conduta, 2015.

ABIMO – Associação Brasileira da Indústria de Artigos e Equipamentos Médicos, Odontológicos, Hospitalares e Laboratoriais. <https://abimo.org.br/docs/CodigocondutaAbimo.pdf>, a 17/8/2017.

ABRACOM – Associação Brasileira das Agências de Comunicações.
http://www.abracom.org.br/down/codigo_etica.pdf

ABRAIDI – Associação Brasileira de Importadores e Distribuidores de Produtos de Saúde.
<http://abraidi.inf.br/>

APEX BRASIL – Empresas Brasileiras no Exterior – Relacionamento c/ Administração Pública Estrangeira.

BOTICÁRIO-http://www.grupoboticario.com.br/pt-br/sustentabilidade/Documents/codigo_conduta%20Modificado%202.pdf

CIELO - <http://cielo.riweb.com.br/show.aspx?idCanal=z/avFc1fK0bAUyB+WsOYcQ==>

CÓDIGO PENAL BRASILEIRO

Convenção Interamericana Contra a Corrupção (OEA, Caracas, 1996).

DANONE – *O que fazer e o que não fazer / Vendas*. GES, 2017.

DECRETO BRASILEIRO no. 8.552/2015 - NBCAL - Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de 1ª Infância

FOREIGN CORRUPT PRACTICES ACT (FCPA, 1977)

JOHNSON & JOHNSON - Carta J&J aos Distribuidores – 19/10/2016, GES.

JOHNSON & JOHNSON - Curso de HCP *on line*, 2017.

JOHNSON & JOHNSON - Guia para Realização de Apoio Científico, Set/2016

L'ORÉAL -

http://www.loreal.com.br/Article.aspx?TopCode=CorpTopic_Group_Gouv_Ethics_Charter&DropDownTopCode=CorpTopic_Group_Gouv_Ethics_Charter PDF

LEI 12.846/13, que versa sobre corrupção e suborno no ambiente nacional.

LEI ANTI SUBORNO DO REINO UNIDO *UK Bribery*

LEI BRASILEIRA 8666/1993 - Licitações.

MARISA http://ri.marisa.com.br/marisa/web/conteudo_pt.asp?idioma=0&tipo=10545&conta=28

NATIVE - <http://www.nativealimentos.com.br/pt-br/sustentabilidade/index.html>

NATURA - <http://www2.natura.net/Web/Br/ForYou/HotSites/Principios/>

Política Interna de Amostras, Bonificações e Doações – GES, 17/3/2016

RDC 16 e RDC 275.

SERPRO - <http://www4.serpro.gov.br/instituicao/etica>

SMITH & NEPHEW – Guia para Distribuidores e Agentes

VOLVO - Política de Patrocínio

WHO Code