

CÓDIGO  
DE **CONDUTA**  
**ÉTICA** PROFISSIONAL

**brado**

Inteligência em logística de contêineres

# SUMÁRIO

<b>1. Mensagem Inicial</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Definições</b> .....	<b>6</b>
<b>3. Abrangência</b> .....	<b>6</b>
<b>4. Valores</b> .....	<b>7</b>
<b>4.1</b> Honestidade.....	7
<b>4.2</b> Fidelidade.....	8
<b>4.3</b> Responsabilidade.....	9
<b>4.4</b> Transparência.....	10
<b>5. Condutas Esperadas</b> .....	<b>11</b>
<b>5.1</b> Em relação aos nossos clientes.....	11
<b>5.2</b> Em relação aos acionistas.....	12
<b>5.3</b> Dos acionistas, diretores, gestores e colaboradores.....	12
<b>5.4</b> Em relação aos fornecedores.....	16
<b>5.5</b> Em relação ao governo.....	18
<b>5.6</b> Em relação ao meio ambiente.....	19
<b>6. Disposições Finais</b> .....	<b>20</b>

# 1. MENSAGEM INICIAL

---

**Uma companhia de sucesso depende essencialmente da imagem positiva que constrói e mantém junto de seus acionistas, diretores, colaboradores, clientes, fornecedores e comunidade na qual está inserida.**

Dizer que uma companhia se comporta de uma forma específica pode não fazer sentido, já que a mesma é um ser inanimado e não se pode esperar que ela tenha um comportamento humano.

Nos tempos atuais, no entanto, dizer que a companhia tem um determinado comportamento valoriza a sua marca, aumenta a sua vida e gera mais lucros, mantendo empregos e criando novas oportunidades, possibilitando o crescimento pessoal e profissional de todos os envolvidos.

Para atingir esse objetivo é necessário entender que as empresas são formadas por pessoas e, a partir daí, orientar essas pessoas para que atuem de acordo com os valores da companhia. Uma companhia constituída por pessoas de comportamento ético será uma companhia ética.

Um companhia que busca alcançar seus objetivos com foco nos seus valores precisa transmitir seu conjunto de hábitos e convicções aos colaboradores, ou seja, a sua ÉTICA.

A Brado apresenta então o seu **Código de Conduta Ética Profissional** como uma declaração formal dos valores que devem orientar a conduta de todos que a este código se submetem. Em se tratando de um conjunto de normas que serve de fundamento para este Código, afirmamos:

### **A BRADO NÃO TOLERARÁ CONDUTAS CONTRÁRIAS AOS SEUS VALORES**

Esperamos que você se identifique com os valores aqui expostos e utilize este Código como elemento de orientação de **conduta profissional**.

A Brado, através da sua alta administração e direção, afirma seu forte, inequívoco e explícito apoio à implementação das disposições presentes aqui neste Código.

Agindo dessa forma, a Brado continuará provendo soluções logísticas sustentáveis, seguras e econômicas através da multimodalidade.

***Esse é o nosso jeito Brado de ser.***



Inteligência em logística de contêineres

## 2. DEFINIÇÕES

**Acionistas:** Pessoas jurídicas ou físicas que detêm a titularidade das ações da BRADO.

**Administradores:** Componentes da Diretoria da Brado.



**Agente Público:** Toda pessoa que presta um serviço público, sendo funcionário público ou não, remunerado ou não, sendo o serviço temporário ou não. É todo aquele que exerce, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, emprego ou função pública.

**Brado:** A sociedade anônima BRADO LOGÍSTICA e PARTICIPAÇÕES S/A e BRADO LOGÍSTICA S/A.

**Código:** Conjunto de normas que guardam pertinência entre si.

**Companhia:** A sociedade anônima BRADO LOGÍSTICA e PARTICIPAÇÕES S/A e BRADO LOGÍSTICA S/A.

**Gestores:** Gerentes, líderes e outros colaboradores cujo trabalho tem por objetivo fazer cumprir as diretrizes estabelecidas pelos administradores.

**Valores:** Expressam o compromisso permanente da Brado com a sociedade como um todo, seus acionistas, colaboradores, clientes, fornecedores e outros que com ela se relacionam.

## 3. ABRANGÊNCIA

Este Código abrange os membros do Conselho de Administração, diretores, gestores, todos os demais colaboradores da companhia e fornecedores que assumem o compromisso individual e coletivo de cumpri-lo e fazê-lo cumprir.

# 4. VALORES

## 4.1 HONESTIDADE

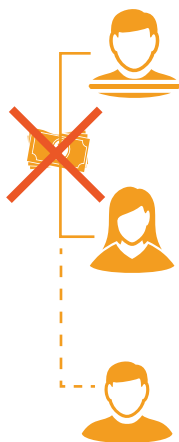
**HONESTIDADE** é a qualidade de não mentir, não fraudar, não enganar, não corromper e não lesar outra pessoa ou companhia, ainda que de forma não intencional.

A corrupção é o efeito ou ato de obter vantagens em relação aos outros por meios considerados ilegais ou ilícitos. Um dos aspectos de maior importância atual é a política de intolerância à corrupção adotada pela companhia.

A ação de corromper pode ser entendida também como o resultado de subornar, dando dinheiro ou presentes para alguém em troca de benefícios especiais de interesse próprio ou da companhia.

Para que se configure a corrupção, são necessários no mínimo dois atores: o corruptor e o corrompido, além da eventualidade da existência do conivente. A intolerância da companhia se estende a todos os elementos envolvidos na corrupção.

**Corruptor:** Aquele que pratica ação ilegal para benefício próprio, de



amigos ou familiares, sabendo ou não que está infringindo as regras de convivência.

**Corrompido:** Aquele que aceita participar de ação ilegal em troca de dinheiro, presentes ou outros serviços que lhe beneficiem, sabendo ou não que está infringindo as regras de convivência.

**Conivente:** É aquele que sabe do ato de corrupção, mas não faz nada para evitá-lo, favorecendo o corruptor e o corrompido mesmo sem ganhar nada em troca. É também conivente aquele que tendo tomado conhecimento da ocorrência do ato de corrupção, deixa de levá-lo ao conhecimento dos gestores da companhia, impedido assim que medidas de correção sejam tomadas.

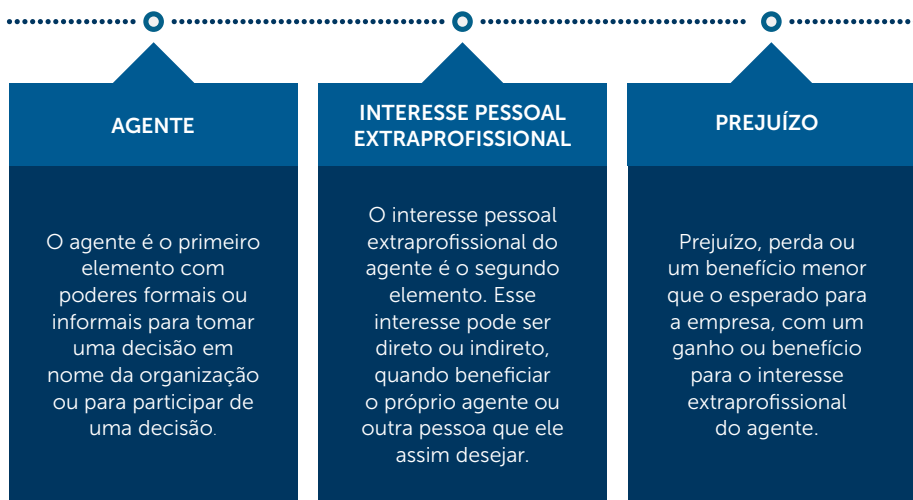
## 4.2 FIDELIDADE

A **FIDELIDADE** que se busca é aquela relativa aos interesses da Brado.

Em todas as ações, espera-se que o interesse da companhia seja o critério orientador das decisões, evitando assim a instalação de conflitos entre interesses pessoais e os interesses da companhia.

O conflito de interesses fica caracterizado quando o critério de decisão do agente (aquele que age em nome da companhia) tem por base interesses de natureza não profissional que podem levá-lo a não agir de acordo com os interesses da companhia.

Nem sempre o conflito de interesses resulta em prejuízo direto para a companhia mas, com a possibilidade de isso acontecer, a prudência manda que os mesmos sejam evitados.



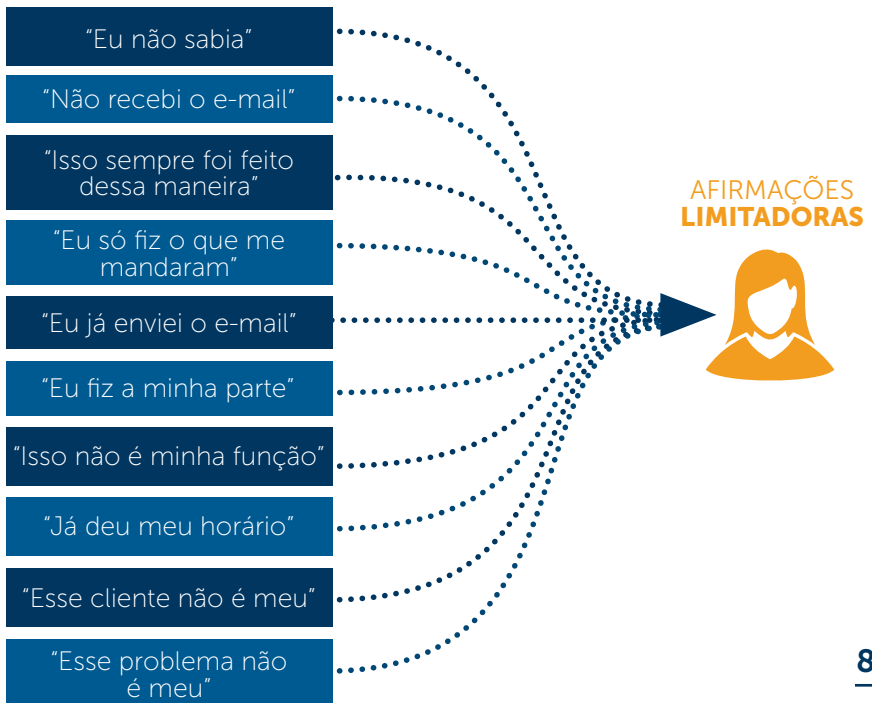
## 4.3 RESPONSABILIDADE

**RESPONSABILIDADE** significa que aquele que puder agir, deve sempre agir pelo bem da companhia.

Isso vai além do conceito simples de responder pessoalmente pelas ações tomadas em nome da companhia. Aproxima-se da virtude de assumir a responsabilidade para si e gerar respostas positivas.

Sob o aspecto prático, traduz-se em atitudes que levam ao consumo eficiente de recursos e à preservação dos bens da companhia.

Ser responsável é fazer o que é certo, responder de forma correta em cada situação e adaptar-se aos problemas do cotidiano das operações da companhia. É agir como se fosse o dono da companhia. Por isso, não se espera as seguintes afirmações como **limitadoras da obrigação de agir**:





## 4.4 TRANSPARÊNCIA .....

**TRANSPARÊNCIA** é o valor que requer a revelação integral sem distorções dos fatos.

As relações entre todos os membros da companhia (colaboradores, administradores, acionistas e fornecedores), tanto internos como externos, entre a companhia e seus membros e entre os membros e a companhia, devem ser baseadas na verdade. É esse ambiente de verdade que possibilitará uma convivência de natureza transparente.



# 5. CONDUAS ESPERADAS

Em virtude da observância desses valores, as partes envolvidas esperam, umas das outras, as seguintes condutas para que possamos construir uma companhia com COMPORTAMENTO ÉTICO.

## 5.1 EM RELAÇÃO AOS NOSSOS CLIENTES



Prestar serviços de forma a agregar valor às suas atividades, excedendo suas expectativas de modo a buscar sua fidelização;



Honrar contratos e demais compromissos assumidos;



Registrar e solucionar eventuais problemas ou falhas de forma a minimizar prejuízos para as partes envolvidas;



Não oferecer qualquer espécie de vantagem, pecuniária ou não, como forma de obter a celebração de contratos;



Adotar o “jogo limpo” (fair play) como regra de conduta comercial.

## 5.2 EM RELAÇÃO AOS ACIONISTAS

- Fazer bom uso dos recursos físicos, financeiros e humanos da companhia, de modo a otimizar o retorno sobre o capital investido;
- Observar a legislação pertinente às sociedades anônimas garantindo a segurança dos acionistas;
- Registrar e apresentar resultados por meio de relatórios e outros documentos que espelhem a realidade e estejam de acordo com as normas legais aplicáveis;
- Resguardar informações de natureza sigilosa ou estratégica.

## 5.3 DOS ACIONISTAS, DIRETORES, GESTORES E COLABORADORES

- Respeitar a diversidade, seja de **sexo, idade, cor da pele, valores culturais, aparência física, nacionalidade, orientação sexual, religiosa e política, condição psíquica ou mental**, estado civil ou qualquer outro fator de diferenciação individual;
- Promover o desenvolvimento pessoal e intelectual próprio e dos demais colaboradores;
- Respeitar a privacidade;
- Estimular a adoção de hábitos que resultem em uma boa qualidade de vida;



- Observar as regras da boa educação no convívio com os colegas, abstando-se do uso de expressões vulgares e de baixo calão (palavrões) ou expressões que possam ter o significado de qualquer espécie de preconceito ou ofensa, tanto na comunicação verbal quanto na escrita;  
.....
- Adotar vestuário compatível com o ambiente institucional, observadas as particularidades dos ambientes nos quais atuam;  
.....
- Evitar o uso de correio eletrônico institucional (@brado.com.br) para comunicações de uso pessoal;  
.....
- Evitar o uso pessoal de meios de comunicação fornecidos pela companhia, sejam eles fixos ou móveis;  
.....
- Usar de forma eficaz os recursos disponibilizados pela companhia, evitando assim o desperdício e o aumento desnecessário de custos;  
.....
- Adotar um compromisso firme com a verdade;  
.....
- Repudiar a transmissão de informações que não são verdadeiras;  
.....
- Praticar concorrência de forma leal;  
.....
- Promover o comportamento integrado e colaborativo entre as diversas áreas da companhia;  
.....
- Induzir líderes a liderar pelo exemplo;  
.....
- Identificar, atrair e manter talentos humanos.

**Administradores, gestores e colaboradores NÃO DEVEM:**

- Usar seu horário de trabalho ou bens da companhia para se dedicar a quaisquer atividades estranhas aos interesses da companhia, ainda que de caráter voluntário; a menos que estejam expressamente autorizados para tanto;  
.....
- Promover ou comercializar produtos ou serviços de origem externa no ambiente da companhia;  
.....
- Usar sua posição institucional para se promover ou obter vantagens pessoais;  
.....
- Receber, por si ou pessoas ligadas por parentesco ou afetividade, de fornecedores ou seus prepostos, qualquer importância em dinheiro, privilégios, benefícios pessoais, presentes, favores e meios de acesso a eventos de entretenimento (ingressos), excetuados os brindes de natureza institucional (canetas, agendas, calculadoras, relógios e similares) cujo recebimento não seja suficiente para influenciar decisões tomadas em nome da companhia;  
.....
- Assediar qualquer colega, fornecedor ou prestador de serviço, de forma moral ou sexual;  
.....
- Valer-se de colaboradores ou fornecedores contratados pela companhia para realização de serviços de natureza pessoal;  
.....
- Dificultar atividades de investigação ou fiscalização realizadas por autoridades constituídas ou por órgãos próprios da companhia;



- Intervir, de forma ilícita ou abusiva, nos processos de contratação ou aquisição conduzidos pela companhia;  
.....
- Valer-se de terceiros (pessoas físicas ou jurídicas) para obtenção de vantagens indevidas;  
.....
- Deixar de observar todas as normas internas e as normas trabalhistas relativas aos aspectos de saúde e segurança do trabalho;  
.....
- Deixar de comunicar aos gestores da companhia as violações a este Código que forem de seu conhecimento;  
.....
- Instalar, por qualquer meio, nos equipamentos de informática da companhia, programas ou aplicativos sem o prévio conhecimento e autorização do gestor das atividades de Tecnologia da Informação;  
.....
- Firmar qualquer documento que implique obrigação para a companhia, excetuados aqueles a quem a companhia tenha outorgado formalmente instrumento de procuração;  
.....
- Prestar declarações em nome da companhia ou receber documentos a ela endereçados, a menos que esteja expressamente autorizado a fazê-lo.

## 5.4 EM RELAÇÃO AOS FORNECEDORES

- Honrar e exigir que sejam honrados os contratos, suas condições, valores e prazos;  
.....
- Formalizar todas as contratações;  
.....
- Contratar fornecedores que adotem valores éticos compatíveis com os da companhia;  
.....
- Selecionar propostas com base em critérios técnicos, de qualidade, custo e adequação ao orçamento, tendo por parâmetro financeiro uma adequada relação custo/benefício;  
.....
- Não negociar com fornecedores de reputação sabidamente duvidosa;  
.....
- Adotar uma postura justa no tratamento comercial;  
.....
- Certificar-se de que os fornecedores cumpram os requisitos legais relativos à mão de obra, preservação do ambiente, saúde e segurança do trabalho;  
.....
- Impedir a criação de conflitos de interesse decorrentes da contratação;



- Evitar a existência de fornecedor único ou exclusivo;  
.....
- Estimular a justa concorrência entre os fornecedores;  
.....
- Não contratar fornecedores cujos administradores ou titulares tenham relação de parentesco até o quarto grau (primo), por afinidade em qualquer grau ou relações afetivas de qualquer espécie com acionistas, diretores ou colaboradores da companhia, ressalvadas contratações de natureza estratégica, previamente autorizadas pela diretoria;  
.....
- Na hipótese de ser necessário franquear o acesso de fornecedores a informações sigilosas da companhia, de seus acionistas ou de seus colaboradores, obter do fornecedor o compromisso formal para a manutenção do sigilo;  
.....
- Exigir que os colaboradores de fornecedores que tenham acesso às instalações da companhia adotem as mesmas regras de conduta esperadas dos colaboradores da companhia.



## 5.5 EM RELAÇÃO AO GOVERNO

---



Observar e respeitar as leis;

---



Cumprir as obrigações tributárias;

---



Ser intolerante a tentativas de suborno ou corrupção;

---



Respeitar as diversas posições políticas e as autoridades legitimamente constituídas;

---



Não vincular-se a atividades político-partidárias;

---



Não financiar campanhas políticas;

---



Defender, sem medo e de forma legal, a companhia contra eventuais abusos de poder ou ilegalidades praticadas por agentes públicos.

## 4.2 FIDELIDADE

### 5.6 EM RELAÇÃO AO MEIO AMBIENTE.....

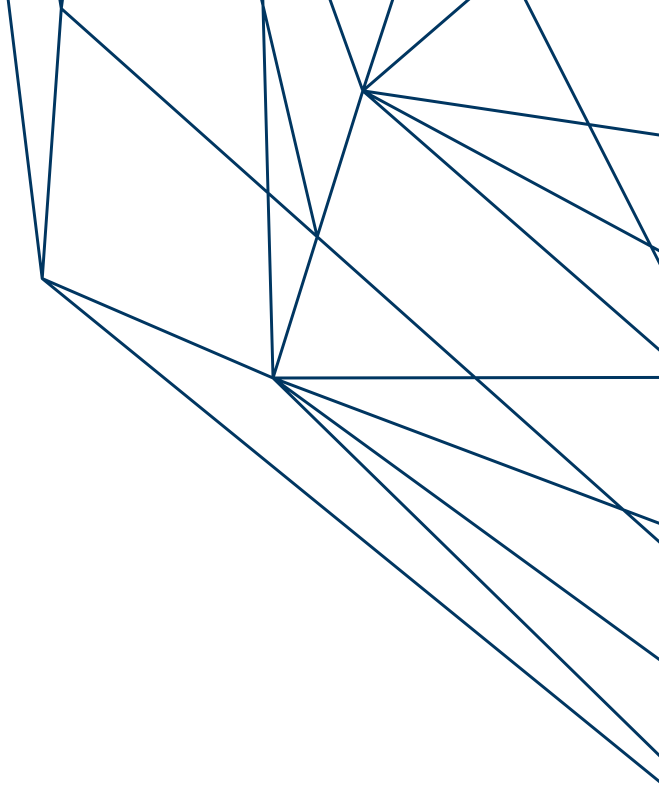
- Promover o desenvolvimento sustentável por meio da conscientização da população em geral, bem como dos colaboradores, de que o meio ambiente é fonte de suprimento vital e sua preservação constitui obrigação da geração atual para com as gerações futuras;  
.....
- Cumprir as exigências da legislação ambiental aplicáveis às atividades da companhia;  
.....
- Avaliar o eventual impacto das atividades da companhia no meio ambiente e adotar medidas protetivas ou reparadoras;  
.....
- Promover a utilização racional de água e demais recursos energéticos por meio do uso de recursos e equipamentos adequados a esse fim;  
.....
- Utilizar os recursos naturais com responsabilidade.



## 6. DISPOSIÇÕES FINAIS

- Os gestores encarregados de receber e processar as informações relativas a transgressões éticas deverão tomar providências no sentido de garantir o sigilo quanto à identidade do informante, assegurando que a ele não seja aplicada qualquer medida de retaliação em virtude das informações prestadas, excetuadas as situações qualificadas como crimes ou transgressões penais de notificação compulsória às autoridades competentes;  
.....
- Na hipótese de qualquer situação não contemplada neste Código, a conduta a ser adotada deverá ser definida com base nos valores da Brado;  
.....
- Na hipótese de qualquer pessoa sujeita aos termos deste Código vir a receber de fornecedores, clientes ou de qualquer outra fonte, presentes, favores ou meios de acesso a eventos de entretenimento (ingressos), o bem recebido deverá ser entregue ao órgão de Gestão de Pessoas para que lhe seja dado o destino mais conveniente (ex: sorteio interno ou doação a instituições beneficentes);  
.....
- A violação das disposições contidas neste Código, ou ainda que não expressamente contidas mas contrárias aos valores aqui expostos, poderá resultar na aplicação de sanções de acordo com a legislação trabalhista aplicável;  
.....
- Dúvidas quanto à aplicação ou interpretação deste Código deverão ser encaminhadas ao supervisor imediato do colaborador ou à Gerência de Compliance através do e-mail **dalmiro@brado.com.br** ou do telefone **(41) 2118-2890**.





***Vem com a gente  
fazer uma Brado melhor.***

**brado**

Inteligência em logística de contêineres