

MANUAL

Código de Conduta Ética Profissional

1

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Neste Código de Conduta Ética Profissional, reunimos as boas práticas e condutas esperadas pela Companhia, incluindo os critérios que devem embasar nossas tomadas de decisão.

Este Código tem por objetivo criar um estado de espírito, decorrente de um compromisso **INDIVIDUAL** de fazer a coisa certa e agir com integridade, todos os dias, em todos os lugares nos quais se represente a Companhia.

Por meio desse comportamento individual, caminhamos na construção de uma **CULTURA DE COMPLIANCE**, caracterizada pela guarda da reputação da Companhia, nutrida, protegida e sustentada através de um compromisso **COLETIVO** para viver seus valores.

Viver os valores da Companhia exige atitude e por isso, todo aquele que presenciar ou souber de qualquer ato que os coloque em risco, tem o **DEVER** de reportar a ocorrência através do canal **SOLTA A VOZ**.

A construção de uma Companhia que se guia pelos seus valores é um caminho sem volta e, com certeza, irá contribuir para um BRASIL passado a limpo.

A **BRADO**, através da sua alta administração e direção, torna a afirmar seu forte, inequívoco e explícito apoio à implementação das disposições presentes aqui neste Código e insiste em dizer que:

- NÃO TOLERARÁ CONDUTAS CONTRÁRIAS AOS SEUS VALORES;
- NÃO EXISTE JEITO CERTO DE FAZER A COISA ERRADA.

A **BRADO** continuará, de modo ético, limpo e transparente, provendo soluções logísticas sustentáveis, seguras e econômicas através da multimodalidade.



Rogerio Patrus

Presidente
2019

2

VALORES

Esses 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.

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. A BRADO não tolera qualquer atitude tendente à corrupção em qualquer de suas formas.

FIDELIDADE

faz com que se tome o interesse da Companhia como critério orientador das decisões, evitando assim a instalação de conflitos entre interesses pessoais e os interesses da Brado. Antes de agir, certifique-se de que sua ação resultará em proveito lícito para a Companhia.

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 Brado. Aproxima-se da virtude de assumir a responsabilidade para si e gerar respostas positivas.

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, devem ser baseadas na verdade em sua expressão mais pura.

3

CRITÉRIOS PARA A TOMADA DE DECISÕES



A tomada de decisão faz parte de todo e qualquer negócio.

É nesse momento que a observância dos **VALORES** se faz mais necessária.

Assim, quando estiver por tomar uma decisão, responda as seguintes questões:

Está de acordo
com a legislação
aplicável?

Está de acordo com o Código
de Conduta Ética Profissional?

Está de acordo com as políticas
e procedimentos da Companhia?

Se houver uma (ou mais) resposta negativa a estas questões, a decisão não está de acordo com os valores da Companhia e sua adoção deve ser abandonada.

Sempre que estiver em dúvida, utilize qualquer um dos canais para consulta indicados neste Código.

4

CONDUTAS ESPERADAS

Seria impossível construir uma lista de “sins e não” de modo a reger o comportamento humano com base na observância dos nossos valores.

O que aqui se traz é uma relação dos comportamentos mais corriqueiros no dia a dia do mundo corporativo.

Caso sua necessidade específica não se encontre aqui relacionada, a conduta deve ser orientada pelos valores da Companhia.

Em caso de dúvida, não hesite em nos contatar por meio de qualquer um dos canais para consulta indicados neste Código.

<4.1>

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 e exigir que sejam honrados 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 como forma de obter a celebração de contratos;
- Manter relações comerciais honestas;
- Ter em mente que tal relação tem natureza comercial;
- Praticar a concorrência de forma leal.

<4.2>

EM RELAÇÃO AOS ACIONISTAS

- 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;
- Respeitar e exigir respeito aos prazos legais e convencionais para a prática de atos societários necessários;
- Repelir conflitos de interesse entre qualquer acionista e a sociedade.



<4.3>

DOS ACIONISTAS, DIRETORES, GESTORES, COLABORADORES E TERCEIROS

4.3.1 – QUANTO AO AMBIENTE DE TRABALHO

- 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, sendo vedado o uso de apelidos, ainda que com o consentimento daquele a quem se atribui tal apelido;
- Contribuir para uma atmosfera de trabalho saudável e harmoniosa;
- Respeitar a privacidade;
- Observar as regras da boa educação no convívio com os colegas, abstendo-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;
- Promover o comportamento integrado e colaborativo entre as diversas áreas da Companhia;
- Repudiar qualquer espécie de ameaça ou retaliação.

4.3.2 – COM RELAÇÃO AOS RECURSOS TECNOLÓGICOS

- 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;
- Não 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.

4.3.3 – COM RELAÇÃO À COMUNICAÇÃO

- Reconhecer que a Gerência de Comunicação Institucional é o órgão responsável pela guarda da marca BRADO, a quem compete produzir e fazer circular qualquer comunicação de natureza institucional, principalmente quando envolver contato com a imprensa;
- Adotar um compromisso firme com a verdade;
- Repudiar a transmissão de informações que não são verdadeiras ou de fonte desconhecida.

4.3.4 – COM RELAÇÃO AOS TALENTOS HUMANOS

- Induzir líderes a liderar pelo exemplo;
- Identificar, atrair e manter talentos humanos.
- Promover o desenvolvimento pessoal e intelectual próprio e dos demais colaboradores;
- Mediar eventuais conflitos pessoais.

4.3.5 - ADMINISTRADORES, DIRETORES, GESTORES E COLABORADORES **NÃO PODEM:**

- Usar seu horário de trabalho ou bens da Companhia para se dedicar a quaisquer atividades estranhas aos interesses da Brado, 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 de qualquer espécie;
- 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 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 a 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 recrutamento, contratação ou aquisição conduzidos pela Companhia;
- Valer-se de terceiros (pessoas físicas ou jurídicas) para obtenção de vantagens de qualquer espécie;
- Deixar de observar todas as normas internas, trabalhistas e as relativas aos aspectos de saúde e segurança do trabalho;
- Firmar qualquer documento que implique obrigação para a Brado, 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;
- Praticar qualquer ato funcional em desacordo com o Manual de Delegação de Autoridades (MDA).

<4.4>

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 cumprem os requisitos legais relativos à mão de obra, preservação do meio 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 Brado;
- Rejeitar o fornecimento de qualquer bem ou mercadoria que tenha origem ilícita, seja produto falsificado ou objeto de contrabando.

<4.5>

EM RELAÇÃO AO PODER PÚBLICO (GOVERNO)

- Observar e respeitar as leis;
- Ser intolerante às tentativas de suborno ou corrupção;
- Cumprir as obrigações tributárias;
- Respeitar as autoridades legitimamente constituídas;
- A Companhia não deve se vincular a atividades político-partidárias, nem financiar campanhas políticas por qualquer meio;
- Defender, sem medo e de forma legal, a Companhia contra eventuais abusos de poder ou ilegalidades praticadas por agentes públicos.

<4.6>

EM RELAÇÃO AO MEIO AMBIENTE

- Comprometer-se com a preservação do meio ambiente, promovendo o desenvolvimento sustentável através da conscientização e implementação de boas práticas de responsabilidade social e ambiental;
- Cumprir leis, regulamentos e demais normas aplicáveis às atividades da Companhia;
- Identificar e gerenciar os eventuais impactos significativos causados pelas atividades da Companhia, adotando medidas preventivas, redutoras ou compensatórias necessárias;
- Promover e assegurar a utilização racional de água e demais recursos energéticos, considerando a utilização das melhores tecnologias disponíveis;
- Proporcionar capacitação adequada para atuação em situações rotineiras e de risco que possam afetar o meio ambiente ou a sociedade.

5

REPORTE DE *IRREGULARIDADES*

- O reporte de irregularidades, mais que uma opção, é uma obrigação de qualquer colaborador e deve ser efetuado ao supervisor imediato ou por meio de um dos canais de consulta aqui identificados;
- Tais reportes não ocasionarão qualquer espécie de retaliação e em relação a eles deve-se guardar absoluto sigilo, excetuadas as situações qualificadas como crimes ou transgressões penais de notificação compulsória às autoridades competentes.



6


COMPLIANCE

- Este Código é de cumprimento obrigatório e tem por objeto garantir que ações da Companhia sejam orientadas por tais valores;
- Cabe à Gerência de Compliance interpretar as disposições deste Código e zelar pela guarda dos valores aqui discriminados;
- Na hipótese de qualquer situação não contemplada neste Código, a conduta a ser adotada deverá ser definida com base nos valores da Brado;
- A violação das disposições contidas neste Código, ou ainda que não expressamente contidas, mas contrárias aos valores aqui expostos, resultará na aplicação de sanções de acordo com a legislação trabalhista aplicável, variando desde simples advertência verbal à dispensa por justa causa.





7

CANAIS DE CONSULTA

 www.brado.com.br;

 soltaavoz@brado.com.br;

 41 2118.2890 | 41 98789.3430

 Rua Engenheiro Costa Barros, 381 – Cajuru
Curitiba (PR) – CEP: 82950-420

Através de qualquer um desses canais você poderá endereçar os seguintes temas:

- Informações de violações a este Código;
- Reclamações;
- Esclarecimentos;
- Sugestões;
- Dúvidas quanto à interpretação deste Código.



brado

Inteligência em logística de contêineres.



bradologica



bradologica